

**MANAJEMEN USAHA (MARKET) BKM AL-MUSABIHIN  
PERUMAHAN TAMAN SETIA BUDI INDAH DALAM  
PENINGKATAN KEMAKMURAN MASJID**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan  
Memenuhi Syarat-Syarat Mencapai Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)

**Oleh :**  
**FACHRUL AZMI**  
**NIM : 14143011**

Program Studi : Manajemen Dakwah



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2018**

**MANAJEMEN USAHA (MARKET) BKM AL-MUSABIHIN  
PERUMAHAN TAMAN SETIA BUDI INDAH DALAM  
PENINGKATAN KEMAKMURAN MASJID**

**PROPOSAL SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas- Tugas Dan  
Memenuhi Syarat- Syarat Mencapai Gelar  
Sarjana Sosial (S. Sos)

**Oleh**

**FACHRUL AZMI  
NIM. 14143011**

**Program Studi : Manajemen Dakwah**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Soiman, MA  
NIP. 19660507 199403 1 005**

**Dra. Hj. Nasrillah MG, MA  
NIP. 19640703 199003 2 001**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2018**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
*Jl. Willem Iskandar Pasar V Telp. 6615683 – 6622925, Fax. 6615683*  
*Medan Estate 20371*

---

**PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul : “Manajemen Usaha (Market) BKM Al-Musabihin Perumahan Taman Setia Budi Indah dalam Peningkatan Kemakmuran Masjid”, An. Fachrul Azmi, telah diseminarkan dalam Seminar Proposal pada tanggal 21 Agustus 2018, dan diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

Panitia Ujian Munaqasyah  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SU Medan

Ketua

Sekretaris

Hasnun Jauhari, MA  
NIP. 19740807 200604 1 001

Khatibah, MA.  
NIP. 19750204 200710 2 001

Anggota Penguji

- |  |         |
|--|---------|
| 1. Dr. H. Muhammad Husni Ritonga, M. A<br>NIP: 19750215 200501 1 008 | 1. .... |
| 2. Khatibah, MA.<br>NIP. 19750204 200710 2 001                       | 2. .... |
| 3. Dr. Soiman, MA.<br>NIP.19660507 199403 1 005                      | 3. .... |
| 4. Dra. Hj. Nasrillah MG, MA.<br>NIP. 19640703 199003 2 001          | 4. .... |

Mengetahui  
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN SUMATERA UTARA

**Dr. Soiman, MA**  
**NIP. 19660507 199403 1 005**

Nomor : Istimewa

Medan, Agustus 2018

Lamp : 6 (enam) eks.

Kepada Yth:

Hal : Skripsi

Bapak Dekan Fakultas Dakwah

An. Fachrul Azmi

dan Komunikasi UIN SU

Di-

Medan

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran seperlunya untuk memperbaiki dan kesempurnaan Skripsi mahasiswa an. Fachrul Azmi NIM.14.14.3.011 yang berjudul “**MANAJEMEN USAHA (MARKET) BKM AL-MUSABIHIN DALAM PENINGKATAN KEMAKMURAN MASJID**”, maka kami mendapatkan bahwa Skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

Mudah-mudahan dalam waktu dekat, kiranya saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam siding Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

Demikianlah untuk dimaklumi dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalam,

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Soiman, MA**  
**NIP. 19660507 199403 1 005**

**Dra. Hj. Nasrillah MG, MA**  
**NIP. 19640703 199003 2 001**

## **SURAT PERNYTAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : Fachrul Azmi

NIM : 14.14.3.011

Program Studi : Manajemen Dakwah

Judul Skripsi : Manajemen Usaha (Market) BKM Al- Musabihin  
Perumahan Taman Setia Budi Indah Dalam Peningkatan  
Kemakmuran Masjid

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh Institut batal saya terima.

Medan, Agusutus 2018  
Yang Membuat Pernyataan

Fachrul Azmi  
NIM : 14.14.3.011

**Fachrul Azmi**, Manajemen Usaha (Market) BKM Al-Musabihin Perumahan Taman Setia Budi Indah dalam Peningkatan Kemakmuran Masjid. (2018)

Skripsi , Medan: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara dan Medan, 2018

## **ABSTRAKS**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Manajemen Usaha sebuah Market yang dilakukan oleh BKM Al-Musabihin dalam Meningkatkan Kemakmuran Masjid.

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan deskriptif dan pendekatan ilmu komunikasi. Informannya terdiri dari empat orang yang aktif dalam lingkungan Usaha dan BKM. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan masalah penelitian dengan menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur.

Hasil penelitian ini akan dijelaskan dengan kalimat deskriptif dan berusaha sedapat mungkin memberikan kejelasan tentang obyek dan subyek penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan data dan informasi tentang manajemen usaha (market) BKM al musabihin perumahan taman setia budi indah.

## KATA PENGANTAR



Puji Syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Swt, yang telah melimpahkan rahman dan rahim-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan Salam tidak lupa selalu tersanjung kepada Rasulullah Saw, yang telah membawa umat manusia dari kejahiliyahan kepada alam yang penuh keimanan dan ke-Islaman. Mudah-mudahan kita dapat mempertahankan risalah beliau.

Skripsi ini berjudul “Manajemen Usaha (Market) BKM AL-Musabihin Perumahan Taman Setia Budi Indah Dalam Peningkatan Kemakmuran Masjid” Skripsi ini merupakan karya sederhana yang disusun penulis untuk melengkapi tugas akhir sebagai persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN-SU Medan.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang penulis hadapi, namun berkat bantuan dari berbagai pihak, baik moral maupun support, Alhamdulillah hambatan dan kesulitan bisa teratasi. Oleh Karenanya dengan hati yang tulus penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ayahanda Alvizar dan Ibunda Tercinta Umi Kalsum yang telah mendidik, membesarkan, dan mengasahi penulis dengan akhlak yang baik, serta telah menanamkan bagian-bagian penting dalam diri penulis.

Ayah, Ibu segala yang penulis capai saat ini adalah berkat kerja keras, perjuangan tiada henti, pengorbanan luar biasa, kesabaran serta kasih sayang yang ayah dan Ibu curahkan. Mudah-mudahan Allah memberi balasan dengan balasan yang lebih baik lagi.

2. Bapak Prof. Dr. Saiddurahman, MA, Selaku Rektor UIN Sumatera Utara Medan.
3. Bapak Dr. Soiman. MA, Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara sekaligus pembimbing Skripsi 1.
4. Ibu Dra. Hj. Nasrillah MG,MA sebagai Pembimbing Skripsi II. Berkat bantuan, arahan, dan bimbingan yang telah diberikan beliau maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Ketua Jurusan Dr. Hasnun Jauhari Ritonga, MA, Ibu Sekretaris Jurusan Khatibah, MA, pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN-SU, terima kasih atas masukan dan nasehatnya.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah yang selama ini telah membantu dan membimbing penulis selama belajar di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN-SU.
7. Penulis mengucapkan terimakasih untuk Ibunda Lies Utami Efni Syafitri, Kakanda Liana Hutapea, Adinda Vira Namira dan Rafa Nadia terimakasih atas supportnya, serta waktunya, yang selama ini telah bersedia menemani dan mendengarkan segala keluh kesah yang penulis hadapi dalam proses penulisan Skripsi ini.



8. Terimakasih untuk teman-teman seperjuangan saya Jurusan Manajemen Dakwah Stambuk 2014, yang selalu menemani dan memberi semangat kepada saya, semangat ya teman-teman.
9. Semua pihak yang telah membantu penyusunan Skripsi ini yang tidak disebutkan namanya satu persatu.

Penulis tidak dapat berbuat banyak, kecuali mendoa'akan segala usaha, pengeorbanan, dan amal baik semua pihak mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah Swt, Amin Ya Rab.

Akhirnya penulis berharap, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Medan, Agustus 2018  
Penulis

**Fachrul Azmi**  
**Nim.14.14.3.011**

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>ABSTRAKSI.....</b>	
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	
<b>DAFTAR ISI .....</b>	
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Batasan Istilah .....	10
D. Tujuan Penelitian .....	11
E. Kegunaan Penelitian .....	12
 <b>BAB II : LANDASAN TEORI .....</b>	 <b>14</b>
A. Manajemen Market .....	14
1. Pengertian Manajemen Market.....	14
2. Fungsi Manajemen Market.....	21
B. Kemakmuran Masjid.....	25
C. Penelitian Terdahulu .....	30
 <b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	 <b>33</b>
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Lokasi Penelitian.....	33
C. Sumber Data.....	33

D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Teknik Analisis Data.....	35
F. Teknik Keabsahan Data .....	37
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
A. Penerapan Fungsi Manajemen oleh BKM Al-Mushabihin dalam Mengelola Usaha Market .....	38
B. Hambatan dan Cara Mengatasinya .....	54
C. Peran Usaha Dalam Memakmurkan Masjid .....	57
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Istilah manajemen berhubungan dengan usaha untuk tujuan tertentu dengan jalan menggunakan sumber-sumber daya yang tersedia dalam organisasi dengan cara yang sebaik mungkin. Setiap organisasi selalu membutuhkan manajemen karena tanpa manajemen yang efektif tidak akan ada usaha yang berhasil cukup lama. Tercapainya tujuan organisasi baik tujuan ekonomi, sosial, maupun politik, sebagian besar tergantung kepada kemampuan para manajer dalam organisasi yang bersangkutan. Manajemen akan memberikan efektivitas pada usaha manusia.<sup>1</sup>

Menurut Skinner dan Ivancevich(1992) *“Management will be defined as the application of planning, organizing, staffing, directing, and controlling functions in the most efficient manner possible to accomplish objectives”* (Manajemen dapat didefinisikan sebagai penggunaan perencanaan, pengorganisasian, pengerjaan, pengarahan, dan fungsi pengendalian dalam cara yang paling efisien untuk mencapai sasaran).<sup>2</sup>

Definisi Manajemen dalam islam tidak jauh dari pemahaman ini. Manajemen dianggap sebagai ilmu sekaligus teknik (seni) kepemimpinan diawal perkembangan islam Akan tetapi, pemikiran manajemen telah diterapkan dalam beberapa Negara yang tersebar dipenjuru dunia sebelum masa islam.

---

<sup>1</sup> Anoraga Pandji, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), hlm. 109

<sup>2</sup> *Ibid*, hlm. 110

Pemikiran manajemen dalam islam bersumber dari nash-nash Alquran dan petunjuk-petunjuk sunnah. Sebagaimna dijelaskan dalam surat As-Shaff (61): 4 yang artinya:<sup>3</sup>



Artinya: “Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.” (Q.S As-Shaff ayat 4)

Selain itu, juga berasakan pada nilai-nilai kemanusiaan yang berkembang dalam masyarakat pada waktu itu. Berbeda dengan manajemen konvesional, ia merupakan suatu sistem yang aplikasinya bersifat bebas nilai serta hanya berorientasi pada pencapaian manfaat duniawi semata.

Berdasarkan uraian tersebut, maka pemasaran dan perdagangan dari perspektif islam diharapkan akan mampu menjawab dan meluruskan berbagai permasalahan dalam bidang pemasaran.

Asumsi dasarnya adalah bahwa perdagangan dengan kejujuran, keadilan, dalam bingkai ketaqwaan kepada Sang Maha Pencipta, merupakan persyaatan mutlak terwujudnya praktik-praktik perdagangan yang dapat mendatangkan kebaikan secara optimal kepada semua pihak yang terlibat. Lebih jauh lagi, dalam melakukan berbagai upaya pemasaran

---

<sup>3</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: PT Intermasa, 1933)

dalam merealisasikan perdagangan tadi seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip islam.<sup>4</sup>

Pemasaran (*marketing*) adalah proses manajerial dan sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai dengan orang atau kelompok lain.<sup>5</sup>

Menurut *William J. Stanto* dalam Basu Swastha pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.<sup>6</sup> Sedangkan menurut *Philip Kotler* pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang dirancang untuk menciptakan, membuat dan menangani pertukaran yang menguntungkan para pembeli agar meraih tujuan perusahaan seperti keuntungan dan lain-lain.<sup>7</sup>

Dengan demikian, dari pengertian pemasaran yang dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses yang berawal dari perencanaan sampai kepada barang atau jasa yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat (konsumen).<sup>8</sup>

Setiap produsen selalu berusaha melalui produk yang dihasilkan mendapatkan tujuan dan sasaran perusahaannya tercapai. Produk yang dihasilkan dapat terjual atau dibeli oleh konsumen akhir dengan tingkat harga yang memberikan keuntungan perusahaan jangka panjang. Melalui produk yang dapat dijualnya, perusahaan dapat menjamin

---

<sup>4</sup>Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2008 ), hlm.2-3

<sup>5</sup> Simamora Henry, *Manajemen Pemasaran Internasional*, (Jakarta: PT. Asdi Mahasatya), hlm, 3

<sup>6</sup> Swasstha, *Manajemen Pemasaran Modren*, ( Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm. 42

<sup>7</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium 2, ( Jakarta: Prehelindo 2003), hlm, 24

<sup>8</sup> Arlina, *Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*, (Medan:FE-USU.2004), hlm, 27

kehidupan atau menjaga kestabilan usahanya dan berkembang. Dalam rangka inilah setiap produsen harus memikirkan kegiatan pemasaran produknya, jauh sebelum produk ini dihasilkan sampai produk tersebut dikonsumsi oleh konsumen akhir.

Produk merupakan hasil dari produksi sebuah perusahaan. Kegiatan pemasaran dikatakan berhasil apabila perusahaan atau penjual mampu membujuk konsumen dan akhirnya konsumen memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan. Menurut Assauri produk adalah barang dan jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen guna memenuhi kebutuhannya dan memberikan kepuasan.<sup>9</sup>

Untuk mencapai tujuannya, setiap perusahaan mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan konsumen, sehingga dalam jangka panjang perusahaan mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Oleh karena itu, keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasaran dari produk yang dihasilkannya.

Dalam hal ini, maka usaha pemasaran yang menunjang keberhasilan perusahaan harus didasarkan pada konsep pemasaran yang tepat untuk dapat menentukan strategi pasar dan strategi pemasaran yang mengarah kepada sasaran pasar yang dituju.

Dengan meningkatnya jumlah barang yang diproduksi dan adanya peningkatan usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia, menimbulkan kegiatan perdagangan dan usaha pendistribusian barang dari tangan produsen sampai ketangan konsumen. Dalam masa itu timbul persaingan antara produsen didalam menyampaikan produknya ke tangan konsumen.

---

<sup>9</sup> Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 9

Kebutuhan primer manusia pada saat ini semakin meningkat ditambah dengan pertumbuhan manusia semakin tinggi, ini terbukti dengan maraknya persaingan tempat belanja atau minimarket yang selalu ramai dan bertahan serta menghiasi tatakota di perkotaan maupun di pedesaan. Pada dasarnya, perbedaan mendasar antara minimarket dengan toko tradisional ada di dalam pelayanannya, bentuk toko, dan tingkat kenyamanan berbelanja bagi para konsumen. Perkembangan minimarket muncul karena kebutuhan manusia dan perkembangan ekonomi yang meningkat. Selain nyaman, barang-barang yang dijual di minimarket relatif lebih murah dan pelayanan yang lebih baik dari pasar tradisional. Minimarket merupakan jenis ritel modern yang paling agresif memperbanyak jumlah gerai dan menerapkan sistem *franchise* dalam memperbanyak jumlah gerai mereka. Tujuannya adalah untuk memperbesar skala usaha (sehingga bersaing dengan skala usaha supermarket dan *hypermarket*), yang pada akhirnya memperkuat posisi tawar-menawar mereka ke pemasok. Minimarket sendiri dibedakan menjadi 2, yaitu minimarket waralaba atau "*Franchise*" dan Minimarket mandiri. Dasar hukum utama dan terkini bagi usaha toko ritel modern adalah Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yang secara operasionalnya diatur dalam Permendag Nomor 53 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern<sup>10</sup>

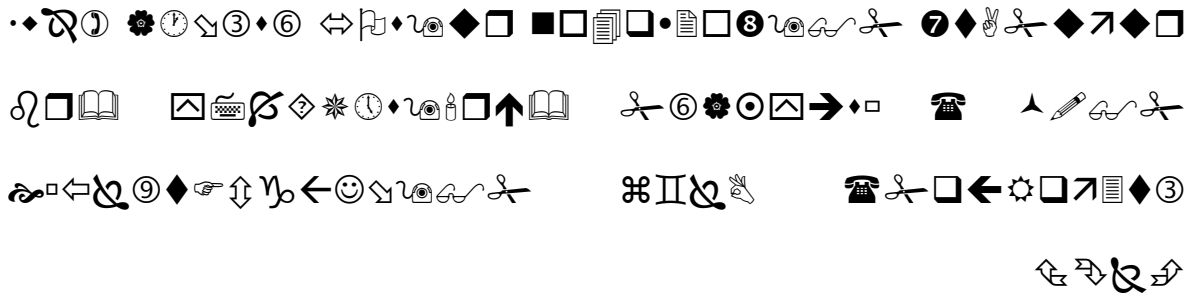
Karena skala usaha bisnisnya lebih kecil, justru pengelolaan sumber daya organisasi bisnis dari usaha kecil menjadi lebih sederhana dan mudah dikelola sehingga fungsi-fungsi operasional dari manajemen usaha kecil lebih sederhana dan mudah dikelola, sehingga

---

<sup>10</sup> Asep ST. Sujana, *Manajemen Minimarket*, (Bogor: Raih Asa Sukses, 2012) hlm.48



Dari kebutuhan primer manusia yang semakin meningkat, dapat dimanfaatkan untuk mendirikan suatu usaha yang bergerak di dalam bidang usaha perdagangan. Dalam hal ini yang dimaksud dengan usaha perdagangan ialah minimarket/swalayan. Kebutuhan primer yang meningkat, didasari oleh pertumbuhan penduduk yang meningkat pula, khususnya umat islam. Pertumbuhan umat islam yang semakin meningkat diikuti juga dengan pertumbuhan tempat ibadah (Masjid) yang pesat juga. Dengan berdirinya masjid, berarti dituntut pula untuk hadirnya pengurus-pengurus yang mampu dalam mengelola masjid tersebut.



Terjemahnya:“Hanya yang memakmurkan masjid-masjid Allah ialah orang-orang yang beriman kepada Allah dan hari Kemudian, serta tetap mendirikan shalat, menunaikan zakat dan tidak takut (kepada siapapun) selain kepada Allah, Maka merekalah orang-orang yang diharapkan Termasuk golongan orang-orang yang mendapat petunjuk”.<sup>11</sup> (QS. At-Taubah ayat 18)

Kebutuhan akan Badan Kenaziran Masjid yang profesional semakin tidak bisa ditawar lagi mengingat kompleksifitas kehidupan umat manusia yang semakin canggih akibat proses globalisasi, kemudahan transportasi, kecepatan informasi dan kemajuan teknologi. Adapun perlunya diteliti permasalahan ini mengingat begitu pentingnya Masjid untuk dikelola dengan baik, karena Masjid merupakan wadah (tempat) penggerak kegiatan keagamaan umat islam. Dari dasar ini Masjid sangat perlu dikelola dengan baik agar tujuan Masjid dapat terwujud yaitu menjadikan pusat ibadah sekaligus tempat kegiatan-kegiatan keagamaan, supaya Masjid benar-benar digunakan sebagaimana mestinya.

Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam memakmurkan masjid adalah pembentukan usaha yang dilakukan oleh badan kemakmuran masjid itu sendiri. Dalam kegiatan usaha dibutuhkan manajemen yang mendukung kegiatan tersebut. Oleh karena itu kegiatan usaha bisa menjadi salah satu alternatif didalam mengembangkan dan memajukan masjid dan untuk membantu memenuhi kebutuhan primer masyarakat, khususnya umat

---

<sup>11</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Intermasa,1993), hlm. 189.

islam. Usaha juga terbagi dua, yaitu besar dan kecil. Setiap usaha membutuhkan manajemen yang baik. Dalam penelitian kali ini penulis mengambil kesimpulan usaha yang dilakukan adalah usaha berskala kecil. Manajemen Usaha Kecil adalah salah satu teori yang dapat menjadi rujukan dalam kegiatan usaha. Manajemen usaha kecil tidak jauh berbeda dengan manajemen organisasi bisnis pada umumnya. Sebagai sebuah organisasi bisnis, keseluruhan fungsi manajemen sebaiknya dijalankan dengan mempertimbangkan jenis dan skala bisnis dari usaha yang dilakukan.

Ketertarikan penulis meneliti Masjid Al-Mushabihin didasari oleh pertama, Masjid sangat bersih dan nyaman. Kedua, Masjid ini sangat ramai dikunjungi oleh jama'ah. Ketiga, Masjid ini memiliki kegiatan yang berjalan sangat baik. Keempat, Masjid ini memiliki suatu usaha yang sangat menarik yaitu Market, terlebih masih jarang ada masjid yang memiliki usaha seperti ini. Maka bagaimana manajemen usaha Badan Kemakmuran Masjid (BKM) dalam mengelola usaha dalam memakmurkan Masjid ini terlaksana dengan baik. Karena usaha ini beranggotakan 20-99 orang, maka penulis mengambil kesimpulan usaha ini termasuk kedalam usaha kecil. Adapun usaha yang dijalankan oleh badan kemakmuran masjid al-musabihin ialah sebuah mini market/swalayan. Market ini dijalankan dengan mengamalkan nilai-nilai islam. Kondisi market ini cukup baik, karena terletak di perumahan elit di kota medan, sedangkan untuk bangunannya market ini terdiri dari ruko 2 tingkat. Dimana dibawah untuk usaha Market dan diatas untuk tempat tinggal pengurus masjid. Market ini berdiri dengan tujuan untuk memandirikan Masjid. Modal berdirinya usaha ini ialah ukhuwah islamiyah, persatuan dan kesatuan umat islam di sekitar lingkungan Masjid. pembangunan Market ini bersumber dari sumbangan warga sekitar dan

perlu diketahui bahwawsannya keuntungan yang dihasilkan dari market ini 100 persen diberikan kepada Masjid Al-Musabbihin. Disini BKM merangkul anggota jamaah untuk melakukan transaksi jual-beli di Market ini. Dengan merangkul jamaah ataupun warga sekitar, diharapkan setiap hari akan menjadi pusat transaksi berbagai barang kebutuhan seperti halnya minimarket. Untuk kemajuan usaha tersebut, disini BKM mengajak para anggota menyatukan persepsi bersama-sama membesarkan usaha Market tersebut. Apalagi pemasukan dana yang diperoleh akan dipergunakan untuk kemakmuran dan kemandirian masjid. Market ini menjual berbagai macam produk, tetapi market ini memiliki sebuah keistimewaan, yaitu hanya menjual produk halal saja. produk-produk yang dijual disini adalah produk kebutuhan sehari-hari seperti beras, gula, minyak makan, dll. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : **Manajemen Usaha (Market) BKM Al-Musabbihin Perumahan Taman Setia Budi Indah dalam Peningkatan Kemakmuran Masjid.**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah tersebut, maka peneliti mencoba mengemukakan suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan fungsi manajemen yang dilakukan oleh BKM Al-Mushabihin dalam mengelola usah (Market)
2. Apa saja hambatan yang dihadapi oleh BKM Al-Musabihin dalam menjalankan usaha (Market) dan bagaimana cara mengatasinya ?
3. Apa peran usaha dalam memakmurkan masjid ?

## **C. Batasan Istilah**

Guna tidak terjadinya salah paham terhadap kata-kata ataupun kalimat yang terdapat pada judul penelitian ini, maka penulis menggunakan batasan-batasan istilah sebagai berikut:

#### 1. Manajemen Usaha

Manajemen usaha ialah salah satu cabang dari ilmu manajemen yang mengatur perdagangan ataupun suatu usaha. Yang dimaksud dengan manajemen usaha pada judul penelitian ini adalah penerapan fungsi manajemen yang dilakukan oleh BKM Al-Mushabihin dalam mengelola usaha minimarket.

#### 2. Kemakmuran Masjid .

Hubungan suatu masyarakat dengan masjid merupakan integritas dua sisi dimana ada masjid disitu ada masyarakat dan sebaliknya dimana ada masyarakat muslim tentu pada lingkungannya ada masjid. Masyarakat yang ditunjuk sebagai pengurus masjid ialah mereka yang dipercaya oleh jamaah untuk mengelola masjid. Pengurus masjid ialah mereka yang menerima amanah dari jamaah untuk memimpin dan mengelola masjid dengan baik dan memakmurkan masjid. Kemakmuran menurut Daryanto adalah “keadaan makmur”.<sup>12</sup> Suatu Masjid dikatakan Makmur apabila terciptanya suatu kondisi dimana dirasakannya banyak keberhasilan, banyak kesejahteraan, serba berkecukupan, dan tidak mengalami kekurangan<sup>13</sup>

Adapun menurut Musodik, Masjid yang makmur ialah masjid yang dimana di dalamnya tercipta suatu kondisi dimana para jama'ahnya merasakan: 1). Kenyamanan,

---

<sup>12</sup>Daryanto S.S, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Apollo, 1998), hal. 431

<sup>13</sup>Moh. E. Ayub, *Manajemen Masjid Petunjuk Praktis Bagi Para Pengurus*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2008), hlm. 3.

ketenangan, ketentraman saat beribadah, 2). Program pembinaan umat dilakukan secara istiqomah 3). Kenikmatan dalam mengikuti setiap kegiatan ibadah dan sosial, 4). Keterlibatan dalam pemberdayaan umat.

Masjid yang makmur adalah masjid yang berhasil tumbuh menjadi sentral dinamika umat, agar masjid dapat benar-benar berjalan sesuai fungsinya yaitu sebagai tempat ibadah dan pusat kebudayaan islam. Untuk memakmurkan masjid adalah tugas seluruh umat islam. Kemakmuran masjid dalam segi material mencerminkan tingginya kualitas hidup dan kadar iman umat disekitarnya. Tetapi sebaliknya, jika masjid tidak dipelihara maka akan tercermin rendahnya iman umat yang berada di sekelilingnya.<sup>14</sup>

Maka kemakmuran Masjid Al-Musabihin yang dimaksud disini adalah bagaimana manajemen usaha yang dilakukan oleh Badan Kemakmuran Masjid Al-Musabihin dalam memakmurkan Masjid dalam meningkatkan kemakmuran pada khususnya baik dari segi proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan , dan pengawasan.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan urusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan fungsi manajemen yang dilakukan oleh BKM Al-Mushabihin dalam mengelola usah (Market)
2. Apa saja hambatan yang dihadapi oleh BKM Al-Musabihin dalam menjalankan usaha (Market) dan bagaimana cara mengatasinya ?
3. Apa peran usaha dalam memakmurkan masjid ?

---

<sup>14</sup> Moh. E. Ayub, *Manajemen Masjid Petunjuk Praktis Bagi Para Pengurus*, (Jakarta: Gema Insani Press,2008), hlm. 5.

#### **4. Kegunaan Penelitian**

Selanjutnya apabila penelitian ini berhasil dengan baik, diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun kegunaan penelitian ini:

a. Kegunaan secara praktis;

1. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memperoleh gambaran yang jelas tentang bagaimana manajemen Badan Kemakmuran Masjid Al-Musabihin khususnya pada bidang usaha dan dalam peningkatan kemakmuran Masjid pada khususnya.
2. Dapat menjadi masukan bagi pengurus Masjid di daerah lainnya dalam mempertimbangkan aspek-aspek manajemen usaha yang lebih baik.
3. Dapat menjadi masukan bagi pihak pemerintah melalui Kementerian Agama dan organisasi-organisasi kemasjidan dalam menambah kegiatan kemasjidan yang ada sebelumnya.

b. Kegunaan secara teoritis:

1. Memberikan wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat khususnya Badan Kemakmuran masjid Al-Musabihin dalam meningkatkan Kemakmuran Masjid.
2. Memberikan informasi tentang teori-teori manajemen usaha kecil
3. Memberikan sumber bacaan khususnya bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam memenuhi matakuliahnya bagaimana pengelolaan manajemen usaha

c. Kegunaan secara akademis:

hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan Ilmu Pengetahuan, dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan

kajian terhadap Manajemen Usaha atau penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan penulis.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Manajemen Market**



## 1. Pengertian Manajemen Market

Sudah banyak pakar yang mengartikan manajemen berdasarkan sudut pandangnya masing-masing. Namun demikian intinya semua ahli menyebutkan adanya ilmu, seni, fungsi dan atau tindakan- *tindakan* yang harus dilakukan dalam melaksanakan manajemen. GR. Terry dalam buku *Principles of Management* misalnya, menyebutkan: *Management is a distinct process consisting of Planning, Organizing, Actuating and Controlling performed to determined and accomplish stated objectives by the use human being and other resources*; Manajemen merupakan suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya lainnya.<sup>15</sup>

Robbins dan Coulter menyebutkan manajemen adalah proses pengkoordinasian dan pengintegrasian kegiatan-kegiatan kerja agar diselesaikan secara efektif dan efisien melalui orang lain. 2 kata penting yang saling terkait di sini adalah pengkoordinasian orang lain dan efektif efisien. Pengkoordinasian orang lain artinya melibatkan orang lain, sedangkan efektif dan efisien untuk menunjukkan berdaya guna dan berhasil guna. Pengkoordinasian orang lain tidak berarti kegiatan tidak dapat dilakukan sendiri, hanya saja dalam pertimbangan efektifitas dan efisiensi, perlu pelibatan orang lain. Lalu untuk dapat tercapai secara optimal pelibatan tersebut, perlu dikelola atau ada proses atau upaya pengkoordinasian yang disebut manajemen.

---

<sup>15</sup> Suherman Enam, *Manajemen Masjid*, hlm. 25

Berikut ini adalah definisi dari Supermarket dari beberapa ahli. Definisi supermarket dari Kotler dan Armstrong adalah : “ A Supermarket is a retail organization that carries a wide variety of product lines-tipicaly clothing, home furnishings, and household goods, each line is operated as a separete departement managed by specialist buyers or merchandisers.”

Sedangkan menurut George H. Lucas et all, pengertian Supermarket adalah sebagai berikut : “Supermarket is vast retail organization that offer consumers both wide variety and deep assortment within their product mix .”Maksud dari pengertian tersebut menyatakan bahwa supermarket adalah suatu organisasi perdagangan eceran yang menawarkan berbagai macam produk yang mendalam kepada konsumen mereka.

Pengertian Supermarket menurut Levy dan Weitz adalah : “Supermarket are retailers that carry broad and deep assortement, offer considerable customer service, and are organized into separete departement for displaying merchandise.”

Pengertian diatas menjelaskan bahwa suatu pasar swalayan merupakan suatu organisasi perdagangan eceran yang menawarkan berbagai macam produk yang mendalam kepada konsumen dan membagi-bagi kegiatan usahanya menjadi beberapadepartemen untuk pengaturan barang dagangan.

Supermarket atau pasar swalayan menurut Marwan Asri adalah salah satu bentuk usaha eceran yang menyediakan beraneka macam kebutuhan konsumen. Satu Supermarket mungkin menjual pakaian wanita, pria, anak-anak, alat rumah tangga, alat olah raga, perhiasan serta alat rumah tangga lainnya dan alat tulis.

Sedangkan menurut Winardi supermarket merupakan lembaga perniagaan eceran, yang menjual berbagai macam barang yang dikelompokkan kedalam bagian-bagian yang diatur dengan teliti untuk menvcapai tujuan.

Setelah mengetahui definisi dari manajemen dan Market maka bisa disimpulkan bahwa manajemen Market adalah pengaturan keseluruhan faktor-faktor yang berpengaruh dalam perdagangan, yaitu perdagangan langsung barang kepada konsumen.<sup>16</sup>

Menurut Asep ST, berikut ini adalah beberapa kunci sukses dalam mengelola toko swalayan, yaitu:<sup>17</sup>

a. Barang lengkap

Konsumen yang datang ke toko swalayan pada umumnya adalah konsumen yang tidak memiliki banyak waktu. Dengan begitu, apabila konsumen datang untuk membeli barang, barang yang dicarinya tersebut akan mudah didapat, dengan keterbatasan waktu yang dimilikinya. Setiap konsumen berharap segala kebutuhan yang diinginkannya bisa diperolehnya di satu toko sehingga konsumen tidak perlu pergi ke toko lain untuk mencari barang yang tidak didapatkannya di toko swalayan.

b. Harga murah

Toko swalayan diharapkan bisa memberikan harga yang wajar dan bersaing sesuai produk atau jasa yang ditawarkan. Salah satu yang harus selalu diperhatikan adalah masalah harga, harga yang murah (dibandingkan dengan toko lain) akan membuat konsumen senang datang ke toko kita apalagi bila harga murah didapatkan konsumen

---

<sup>16</sup> Asep ST. Sujana, *Manajemen Minimarket*, (Bogor: Raih Asa Sukses, 2012) hlm.52

<sup>17</sup> *Ibid*, hlm 64

dalam kebutuhan pokok sehari-hari. Toko swalayan sebaiknya mengecek harga toko-toko sekitar secara rutin. Apabila harga di toko kita cukup mahal dibandingkan dengan harga di toko sekitar, maka kita harus mengambil suatu kebijaksanaan agar harga di toko kita bisa terjangkau oleh pelanggan kita. Untuk mengetahui barang-barang apa saja yang perlu dicek di toko sekitar, lihat data dari barang-barang di toko kita yang *fastmoving*/ barang yang cepat laku terjual. Dari barang yang *fastmoving* itulah kita bisa mengutamakan pengecekan di toko sekitar.

c. Suasana

Kenyamanan tempat belanja/toko swalayan membuat konsumen senang berada di dalam toko. Begitu juga jika toko bersih dan sehat serta sejuk karena dilengkapi dengan pendingin ruangan sehingga pelanggan merasa tenang saat memilih kebutuhannya yang juga ditunjang dengan situasi yang aman dan tidak berdesakan.

d. Mutu/Kualitas Barang

Salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah kualitas barang. Kita harus menjaga agar barang yang dijual berkualitas. Sebagai informasi tambahan, tanggal *expired date* produk juga penting untuk diperhatikan.

e. Display

Pajangan barang yang teratur dan rapi akan membuat konsumen tertarik untuk mendekat, melihat, menyentuh, bahkan membeli barang tersebut.

f. Pelayanan

Toko swalayan tidak hanya menjual produk, tetapi yang lebih penting lagi adalah menjual pelayanan. Pelayanan bisa menjadi salah satu pembeda antara toko yang satu dengan yang lain dan menjadi salah satu sumber untuk memenangkan persaingan.

g. Kasir

Lokasi kasir merupakan pintu akhir konsumen yang berkunjung ke tempat kita. Saat kasir menjumlah barang menggunakan mesin *cashregister*, kasir juga berperan terhadap kontrol dari barang itu sendiri. Barang yang keluar seharusnya bermutu baik. Kasir yang melayani dengan ramah dan mengucapkan terima kasih serta selamat jalan akan memberikan kesan tersendiri bagi konsumen sehingga konsumen akan dengan senang hati mengulangi kunjungannya ke toko swalayan itu.

h. Program Promosi

Mengharapkan konsumen datang ke toko swalayan kita tidaklah mudah tanpa ditunjang dengan program promosi. Promosi dapat pula dilakukan bersama dengan masyarakat sekitar, yaitu dengan mengadakan suatu acara di lokasi toko sehingga konsumen akan datang untuk berpartisipasi dalam acara tersebut/menyaksikan acara. Dengan begitu, mereka juga diharapkan akan masuk ke dalam toko sekaligus berbelanja. Promosi pun bisa dilakukan dengan harga murah yang dimuat dalam *leaflet*/brosur yang diberikan kepada konsumen. Untuk mengatasi hari-hari sepi, seperti halnya hari Senin atau Selasa, perlu juga dibuat program promosi yang membuat masyarakat tertarik untuk datang ke toko.

i. Halaman Parkir

Lokasi toko swalayan yang tidak ditunjang dengan sarana parkir yang memadai akan membuat konsumen enggan datang ke toko kita. Waktu yang sedikit tak akan cukup bila konsumen harus mencari lokasi yang cukup jauh dari toko untuk sekedar memarkir kendaraan. Hal itu juga akan menyulitkan konsumen yang membawa barang belanjaan cukup banyak.

Manajemen merupakan suatu ilmu dan juga suatu seni. Sebagai suatu ilmu, manajemen harus memiliki landasan keilmuan yang kokoh. Sebagai seni, maka manajemen dipraktekkan berdasarkan keterampilan yang diterapkan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dari batasan-batasan tersebut, dapat dikatakan bahwa manajemen adalah ilmu dan seni yang mempelajari bagaimana mengelola manusia melalui orang lain.<sup>18</sup>

Agar manajemen itu dilakukan mengarah kepada kegiatan yang bisa secara efektif dan efesien, maka manajemen perlu dijelaskan berdasarkan fungsi-fungsinya yang dikenal dengan fungsi-fungsi manajemen, yakni perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian dan pengawasan.

- a. *Planning*/perencanaan, adalah proses yang menyangkut upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi kecendrungan di masa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi.
- b. *Organizing*/pengorganisasian, adalah proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah struktur organisasi yang tepat dan tangguh, sistem dan lingkungan organisasi yang kondusif, dan

---

<sup>18</sup> *Ibid*, hlm. 27

bisa memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi bisa bekerja secara *efektif* dan *efesien* guna pencapaian tujuan.

- c. *Actuating*/pelaksanaan, adalah proses menerapkan program agar bisa dijalankan oleh seluruh pihak dalam organisasi serta proses memotivasi agar semua pihak tersebut dapat menjalankan tanggung jawabnya dengan penuh kesadaran dan produktivitas yang tinggi.
- d. *Controlling*/pengendalian dan pengawasan, adalah proses dilakukan untuk memastikan seluruh kegiatan yang telah dirancang dari awal bisa berjalan dengan target yang diharapkan.<sup>19</sup>

Maka dari itu diperlukan fungsi-fungsi manajemen agar kegiatan terlaksanakan dengan baik dan sesuai apa yang diharapkan. manajemen market masih memiliki keterkaitan dengan manajemen usaha kecil jika dilihat dari skala usahanya.

Menurut Mulyadi, dalam konteks Manajemen Usaha Kecil menyebutkan bahwa manajemen usaha kecil adalah proses pengkoordinasiandan pengintegritas kegiatan-kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil.<sup>20</sup> Jadi, dari uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen usaha kecil adalah pengelolaan kegiatan ekonomi berskala kecil oleh kelompok masyarakat yang dipimpin oleh seseorang dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen untuk mencapai tujuan tertentu. Adapun kriteria usaha kecil menurut UU No. 9 tahun 1995 adalah sebagai berikut:

---

<sup>19</sup> Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Kencana,2008), hlm. 8

<sup>20</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*, (Bandung: Alfabeta,2017), hlm.37

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha .
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah)
- c. Milik Warga Negara Indonesia.
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar .
- e. Berbentuk usaha orang perorangan , badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

## 2. Fungsi Manajemen Market

Fungsi manajemen adalah elemen-elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat di dalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan. Pada umumnya ada 4 (empat) fungsi manajemen yang banyak dikenal masyarakat yaitu fungsi perencanaan (*planning*), fungsi pengorganisasian (*organizing*), fungsi pengarahan (*directing*), dan fungsi pengendalian (*controlling*). Para manajer dalam organisasi perusahaan bisnis diharapkan mampu menguasai semua fungsi manajemen yang ada untuk mendapatkan hasil manajemen yang maksimal.<sup>21</sup>

Fungsi manajemen Market adalah membuat gambaran dari kegiatan-kegiatan yang sedang dilakukan manajer. fungsi-fungsi tersebut umumnya disebut merancang, mengorganisasi, memimpin dan mengendalikan sebagai fungsi dasar manajemen. Dalam

---

<sup>21</sup>M.Manulang, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Gajah Mada, 2005), hlm. 143



kaitan ini dapat dibedakan kedudukan manajerial dan non manajerial atau posisi manajer dan karyawan. Terdapat unsur lain yang masuk dalam manajemen yaitu efisien dan efektif.

Efisiensi mengacu pada memperoleh keluaran (output) terbesar dengan masukan (input) terkecil. Efisiensi juga dapat diartikan sebagai “melakukan segala sesuatu secara benar” artinya tidak memboroskan sumberdaya. Manajemen juga sangat memperhatikan efektivitas dalam menyelesaikan kegiatan-kegiatan sehingga sasaran organisasi dapat tercapai. Efektifitas sering menggambarkan sebagai “melakukan segalasesuatu yang benar, yaitu aktivitas-aktivitas pekerjaan yang membantu organisasi mencapai sasaran. Dalam organisasi yang sukses efisiensi yang tinggi terjadi bersama-sama dengan efektifitas yang tinggi.

Semua fungsi-fungsi manajemen harus dilaksanakan seorang pemimpin dimana dan kapan saja pada saat memimpin organisasi. Fungsi manajemen dapat berjalan baik, ketika pemimpin organisasi memiliki kemampuan terhadap pengetahuan manajemen dan pengalaman dalam kepemimpinannya. Begitu pula pengawasan yang ada di dalam usaha kecil yang mana usaha itu didirikan oleh Badan Kemakmuran Masjid (BKM). Pengawasan yang dilakukan oleh seorang pemimpin harus lebih peka terhadap yang terjadi di usaha itu sendiri. Misalnya ketersediaan barang didalam usaha, pengeluaran dan pemasukan yang terjadi di usaha itu sendiri.

Seringkali ditemukan fungsi-fungsi manajemen, dalam beberapa buku tentang manajemen yang bila disederhanakan dibagi menjadi empat fungsi, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan atau evaluasi. Fungsi-fungsi ini pun dapat dilakukan dalam manajemen masjid.

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah pemilihan atau penetapan tujuan-tujuan, penentuan strategi, kebijaksanaan, proyek, program, prosedur, metode, sistem, anggaran dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.<sup>22</sup> Dalam manajemen usaha perencanaan adalah perumusan tentang apa yang akan dicapai dan tindakan apa yang akan dilakukan dalam pencapaian pemakmuran masjid, sesuai dengan tingkat kemampuan yang dimiliki.

Dalam upaya memakmurkan masjid, khususnya melalui bidang usaha perencanaan memiliki arti yang sangat penting. Pertama, aktivitas pemakmuran Masjid yang bisa berjalan lebih terarah dan teratur. Kedua, memungkinkan dipilihnya tindakan-tindakan yang sesuai dengan situasi dan kondisi yang dihadapi pada saat upaya pemakmuran Masjid dilaksanakan. Ketiga, dapat dipersiapkan terlebih dahulu tenaga-tenaga pelaksana dalam pemakmuran Masjid. Begitu juga dengan dana dan sarannya, dan tempat perencanaan juga akan memudahkan pimpinan untuk melaksanakan pengawasan dan penilaian terhadap jalannya aktivitas pemakmuran Masjid.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah penentuan sumberdaya-sumberdaya dan kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi, perancanfan dan pengembangan suatu organisasi atau kelompok kerja yang akan dapat “membawa” hal-hal tersebut kearah tujuan, penugasan tanggung jawab tertentu dan kemudian, pendelegasian wewenang yang diperlukan kepada individu-individu untuk melaksanakan tugasnya.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup>T. Hani Handoko, *Manajemen*, EdisiKedua, hlm. 23

<sup>23</sup> T. Hani Handoko, *Manajemen*, EdisiKedua, hlm. 24

Perencanaan kegiatan usaha yang matang harus dilaksanakan dengan baik oleh pengurus masjid. Untuk itu, perlu pengorganisasian yang solid bagi pengurusnya

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Fungsi pelaksanaan merupakan upaya membimbing dan mengarahkan seluruh potensi pengurus untuk beraktivitas sesuai tugas dan tanggung jawabnya masing-masing . dalam manajemen usaha, pemimpin harus memberikan rangsangan atau motivasi kepada pengurus untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab, pemimpin perlu memberikan bimbingan dan mengarahkan staf pengurus usaha guna menunaikan amanah kepengurusan dengan baik.

d. Pengawasan atau Evaluasi (*Controlling*)

Pengawasan adalah penemuan dan penerapan cara dan peralatan untuk menjamin bahwa rencana telah dilaksanakan sesuai dengan yang ditetapkan.<sup>24</sup> pengawasan atau control, baik dari pemimpin kepada stafnya maupun dari staf kepada pemimpin dan sesama staf kepengurusan Masjid, merupakan sesuatu yang sangat penting. Terlaksananya fungsi ini akan membuat pengurus menjadi tahu adanya kesalahan, kekurangan, rintangan, dan kegagalan dalam mencapai tujuan pemakmuran Masjid.<sup>25</sup>

Pengawasan dapat dilaksanakan dengan mengamati jalannya pelaksanaan kegiatan Masjid, mengukur keberhasilan dan kegagalan dengan standar sebagaimana yang ditetapkan dalam perencanaan untuk selanjutnya memperbaiki kesalahan dan kekurangan serta mencegah terjadinya kegagalan.

---

<sup>24</sup> T. Hani Handoko, *Manajemen*, Edisi Kedua, hlm. 24

<sup>25</sup> Susanta, Gatut, *Cara Cerdas Memakmurkan Masjid*, (Jakarta: Penerbit Plus, 2008), hlm. 14

## **B. Kemakmurkan Masjid**

Memakmurkan masjid yaitu upaya agar lembaga masjid dapat berfungsi seperti yang diharapkan. Yakni sebagai pusat ibadah, pemberdayaan dan persatuan umat dalam rangka meningkatkan keimanan, ketaqwaan, akhlak mulia, kecerdasan umat dan tercapainya masyarakat adil dan makmur yang diridhai Allah swt. Dapat dilihat sekarang ini semangat pembangunan masjid belum diiringi dengan semangat memakmurkannya, hal ini terlihat tidak sedikit masjid dilingkungan kantor misalnya hanya berfungsi seminggu sekali untuk shalat jum'at.<sup>26</sup>

Salah satu cara memakmurkan masjid, sabda Rasul SAW:

“Barang siapa yang masuk ke dalam masjid(-Ku) ini untuk mengajar kebaikan, atau belajar (mencari ilmu) maka ia bagaikan orang yang berjuang menegakkan agama allah” (HR Ibnu Majah).

Rasullullah SAW sering duduk di masjidnya , lalu dikerumuni oleh para sahabat dalam posisi melingkar. Beliau menyampaikan ceramah, fatwa agama, dan ajaran-ajaran kepada mereka. Jika beliau berhalangan hadir, maka beliau mengutus sahabatnya. Beliau juga sering mengirim sahabatnya yang ahli dalam bidang fiqh, qiraatul qur'an, ke berbagai tempat guna mengajar manusia dan memberikan penerangan tentang hukum-hukum islam. Menurut Sidi Gazalba, fungsi masjid di zaman Rasulullah SAW antara lain, tempat belajar, tempat mengajar, tempat mengurus wakaf, zakat dan baitul mal, tempat mengambil keputusan dan memecahkan masalah, dewan penasihat, administrasi, tempat menyusun taktik, dll.

---

<sup>26</sup> Ahmad Yani, *Panduan Memakmurkan Masjid*, (Jakarta: Al Qalam, 2009), hlm. 44

Di era globalisasi saat ini membangun dan mendirikan Masjid tampaknya dapat diselesaikan dalam tempo yang cepat. Namun, alangkah sia-sianya jika di atas masjid yang didirikan itu tak disertai dengan orang-orang yang memakmurkannya. Masjid itu akan jadi tempat yang tidak terawat, cepat rusak, tanpa jamaah, dan sepi dari berbagai kegiatan yang bernafaskan agama.. dengan memakmurkan Masjid secara fisik dimaksudkan bangunannya bagus, bersih, indah, dan mega; dan secara spiritual ditandai dengan antusiasme jamaah menunaikan kegiatan ibadah atau kegiatan-kegiatan lainnya.<sup>27</sup>

Berbagai usaha dapat dilakukan dengan benar-benar dilaksanakan dapat diharapkan memakmurkan masjid secara material dan spiritual. Kegiatan ini dapat dilakukan adalah:<sup>28</sup>

#### 1. Kegiatan pembangunan

Bangunan masjid perlu di pelihara dengan sebaik-baiknya. Apabila ada yang rusak harus diperbaiki atau diganti dengan yang bar secepatnya, yang kotor segera dibersihkan. Sehingga masjid senantiasa berada dalam keadaan bagus, bersih, indah, dan terawat. Kemakmuran masjid dari segi material ini mencerminkan tingginya kualitas hidup dan kadar iman umat di sekitarnya. Sebaliknya, apabila masjid tidak terpelihara, jorok, dan rusak, hal itu secara jelas menunjukkan betapa rendah kualitas umat yang bermukim di sekitarnya.

#### 2. Kegiatan Ibadah

Meliputi shalat berjamaah lima waktu, shalat jum'at, dan shalat tarawih. Shalat berjamaah ini sangat penting artinya dalam mewujudkan persatuan dan ukhuwah islamiyah

---

<sup>27</sup>*Ibid*, hlm 102-101

<sup>28</sup>Ayub, hlm 73

diantara sesama umat islam yang menjadi jamaah masjid tersebut. Kegiatan spiritual lain yang sangat baik dilakukan di dalam masjid mencakup berdzikir, berdoa, beritikaf, mengaji Al-Qur'an, berinfaq dan bersedekah.<sup>29</sup>

### 3. Kegiatan Pendidikan

Mencakup kegiatan formal dan informal, secara formal, misalnya di lingkungan masjid didirikan sekolah atau madrasah. Lewat lembaga sekolah atau madrasah ini, anak-anak dan remaja di didik sesuai jaaran islam. Secara informal atau nonformal, bentuk-bentuk pendidikan pesantren kilat Ramadhan, pelatihan remaja islam, kursus bahasa, kesenian, merupakan pilihan yang mencakup mungkin diselenggarakan.<sup>30</sup>

### 4. Kegiatan Usaha

Selain kegiatan ibadah dan pendidikan, kegiatan usaha juga bisa menjadi salah satu pilihan di dalam memakmurkan masjid. Hal ini dikarenakan di dalam islam, rasulullah SAW telah mengatakan bahwasannya pintu rezeki adalah melalui berdagang. Dalam hal ini kegiatan dagang/ usaha dapat dilakukan dalam memakmurkan masjid.<sup>31</sup> Dalam sebuah hadits Nabi Muhammad saw juga mengatakan,

عليكم بالتجارة فإن فيها تسعة أعشار الرزق (رواه أحمد)

Artinya, Hendaklah kamu berdagang, karena di dalamnya terdapat 90 % pintu rezeki (H.R.Ahmad).

---

<sup>29</sup>*ibid*

<sup>30</sup> *Ibid*, hlm. 74

<sup>31</sup> *Ibid*, hlm. 75

## 5. Kegiatan Keagamaan

Meliputi kegiatan pengajian rutin, khususnya ataupun umum yang dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas iman dan menambah pengetahuan, peringatan hari-hari besar islam, kursus-kursus keagamaan, bimbingan dan penyuluhan masalah keagamaan, keluarga, dan perkawinan, persyahadatan mualaf, upacara pernikahan atau resepsi perkawinan

## 6. Kegiatan-kegiatan Lainnya

Banyak bentuk kegiatan yang juga perlu dilaksanakan dalam usaha memakmurkan masjid. Sebut saja dari menyantuni fakir-miskin dan yatim piatu, kegiatan olahraga, kesenian, keterampilan, perpustakaan, hingga penerbitan.

Kesungguhan pengurus masjid dalam mengelola masjid sesuai dengan fungsinya memegang peran penting dalam memakmurkan masjid. Merekalah yang menggerakkan umat islam untuk memakmurkan masjid, dan menganekaragamkan kegiatan yang dapat diikuti oleh masyarakat sekitar. Pengurus masjid harus memiliki tekad yang kuat dan kesungguhan, dan mereka melakukan tugas harus dengan kesungguhan dan ikhlas. Masjid yang di kelola dengan baik akan membuahkan hasil yang baik pula dan begitu pula sebaliknya.

Semangat umat membangun masjid tampak sangat tinggi. Mereka tidak segan-segan mengorbankan waktu, tenaga, pikiran, dan dana agar masjid dapat berdiri. Sayangnya, setelah masjid berdiri, semangat memakmurkannya tak sekuat tatkala mendirikan. Padahal masjid yang tidak makmur tidak dapat menjalankan fungsinya dengan baik

Kemakmurkan masjid dapat juga dilihat dari peran pengurus masjid dalam membuat berbagai kegiatan yang berkaitan dengan memakmurkan masjid. Berikut hal-hal yang dilakukan dalam upaya memakmurkan masjid, diantaranya:

#### 1. Kesungguhan Pengurus Masjid

Pengurus masjid yang telah mendapat kepercayaan untuk mengelola masjid sesuai dengan fungsinya memegang peran penting dalam memakmurkan masjid. Merekalah lokomotif atau mesin yang menggerakkan umat Islam untuk memakmurkan masjid, dan menganeekaragamkan kegiatan yang dapat diikuti oleh masyarakat sekitar. Masjid yang dikelola secara baik akan membuahkan hasil yang baik pula. Keadaan fisik masjid akan terus dengan baik. Kegiatan-kegiatan masjid akan berjalan dengan baik. Jamaah pun akan terbina dengan baik dan masjid menjadi makmur. Bangunan yang bagus dan indah tidak ada artinya apabila masjid itu kurang/ tidak makmur.

#### 2. Memperbanyak Kegiatan.

Kegiatan di dalam masjid perlu diperbanyak dan ditingkatkan. Baik menyangkut kegiatan ibadah, maupun kegiatan *cultural*. Jadi, di samping mengadakan kegiatan pengajian, ceramah, dan kuliah keagamaan, juga digiatkan pendidikan dengan mendirikan/ membuka sekolah, kelompok belajar. Bentuk dan corak kegiatan yang dilaksanakan setidaknya disesuaikan dengan keadaan dan kemampuan pengurus dan dengan situasi dan kondisi masyarakat di sekitarnya.

Kegiatan yang menarik dan mudah diikuti dapat mengundang minat jamaah untuk mendatangi masjid. Kegiatan yang menfaatnya dirasakan langsung, baik kebutuhan lahir



maupun batin, mendorong mereka untuk tidak segan-segan memakmurkan masjid. Dari sini, pengurus dapat menjalin hubungan dan kerjasama yang baik dengan jamaah

### **C. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu ini untuk menghindari kesamaan penelitian, maka peneliti perlu mencantumkan penelitian terdahulu di dalam penulisan karya ilmiah ini.

Penelitian Isnaini dengan judul “*Sistem Manajemen Penitipan Sandal dan Sepatu Badan Kenaziran Masjid Raya Al Mashun dan Masjid Agung Medan*”.<sup>32</sup> Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem manajemen penitipan sandal dan sepatu di Masjid Raya Al-Mashun dan Masjid Agung Medan, untuk mengetahui sistem perencanaan penitipan sandal dan sepatu di Masjid raya Al-Mashun dan Masjid Agung Medan, untuk mengetahui sistem pengeluaran uang kas dalam penitipan sandal dan sepatu di Masjid Raya Al-Mashun dan Masjid Agung Medan. Temuan penelitian ini sebagai berikut: 1) sistem manajemen yang selama ini diterapkan BKM pada kenyataannya tidaklah sama bentuknya, hal itu sangat dipengaruhi oleh faktor kondisi besar kecilnya masjid, namun secara garis besar sistem manajemen yang diterapkan tetap bertumpu kepada fungsi-fungsi manajemen itu sendiri, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. 2) perencanaan pengelolaan penitipan sandal dan sepatu sudah berjalan secara efektif dengan perencanaan yang dilaksanakan oleh BKM tersebut. 3) pengelolaan uang kas dalam penitipan sandal dan sepatu

---

<sup>32</sup>Isnaini dengan judul *Sistem Manajemen Penitipan Sandal dan Sepatu Badan Kenaziran Masjid Raya Al-Mashun dan Masjid Agung Medan, Skripsi Sarjana Sosial*, (Medan: Perpustakaan Dakwah dan Komunikasi UIN-SU), hlm. 37

di Masjid Raya Al-Mashun tidak ada masukan untuk mesjid melainkan uang kas itu hanya uang makan dan uang rokok untuk pengurus, sedangkan uang kas di Masjid Agung Medan sistemnya bagi hasil.

Penelitian Irwan Tambunan dengan judul “*Manajemen Masjid Raya Sultan Ahmadsyah Tanjung Balai Kecamatan Tanjung Balai Selatan*” tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen Masjid Raya Sultan Ahmadsyah Tanjung Balai Kecamatan Tanjung Balai Selatan. Metodologi yang digunakan adalah metode kualitatif, adapun yang menjadi informan penelitian adalah ketua BKM, Sekertaris BKM, dan anggota. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Hasil penemuan ini menemukan bahwa tiga bidang kepengurusan Masjid Raya Sultan Ahmadsyah yaitu bidang *idaroh* (pengelolaan), bidang *imaroh* (kemakmuran), dan bidang *riayah* (pemeliharaan). Perencanaan dilakukan dengan mempertimbangkan waktu dan skala prioritas, program sebelumnya, manfaat kegiatan, anggaran biaya, dan hambatan atau kebutuhan dari suatu kegiatan. Pengorganisasian dilakukan dengan cara membagi tugas dalam sebuah panitia kegiatan. Pelaksanaannya dilakukan dengan memberi motivasi yang baik serta pembimbingan pengurus dalam mengemban tugas. Evaluasi dilakukan dengan cara meminta laporan kerja dan pertanggung jawaban keuangan pada saat sebelum atau sesudah kegiatan, memeriksa keuangan bendahara setiap 3 bulan sekali, mengadakan pertemuan minimal sekali sebulan serta memberikan laporan pertanggung jawaban diakhir periode.

Jadi, perbedaan judul yang penulis teliti dengan judul penelitian yang relevan tersebut adalah hanya berfokus kepada bagaimana Manajemen Usaha Badan Kemakmuran

Masjid Al-Musabihin Perumahan Taman Setia Budi Indah dalam Peningkatan Kemakmuran Masjid. Kegiatan ini dilakukan untuk melihat bagaimana BKM dalam melakukan kegiatan usaha dalam meningkatkan kemakmuran masjid. Sedangkan penelitian isnaini hanya berfokus pada Sistem Manajemen Penitipan Sandal dan Sepatu Badan Kemakmuran Masjid Raya Al-Mashun dan Masjid Agung Medan. Dan penelitian Irwan Tambunan hanya berfokus kepada Manajemen Masjid Raya Sultan Ahmadsyah Tanjung Balai Kecamatan Tanjung Balai Selatan.

### **BAB III**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

##### **A. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, penelitian ini dapat diartikan sebagai suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang dialami. Dalam tahapan penelitian kualitatif melampaui studi pada situasi yang dialami. Karena tahapan penelitian kualitatif melampaui berbagai tahapan berpikir kritis-ilmiah, yang mana seorang peneliti memulai berpikir secara induktif, yaitu menangkap berbagai fakta atau fenomena-fenomena sosial, yang melalui pengamatan lapangan, kemudian berupaya melakukan teorisasi berdasarkan apa yang diamati.<sup>33</sup>

##### **B. Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi penelitian ini yaitu sebuah Usaha (Market) yang dijalankan oleh BKM Masjid Al-Mushabihin terletak di Kota Medan, tepatnya di Kecamatan Medan Sunggal dan berada di perumahan Taman Setiabudi Indah.

##### **C. Sumber Data**

Dalam melakukan penelitian sumber data di peroleh dari dua sumber yaitu:

1. Data Primer: yaitu data utama yang diperoleh langsung dari informan atau pengurus Badan Kemakmuran Masjid Raya Al-Mushabihin.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup>Burhan bungin.M, *Penelitian Kualitatif,Komunikasi,Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, Edisi Kedua, (Surabaya, Kencana, 2007), hlm. 6

<sup>34</sup>Suyanto Bagong, Sutinah, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*, (Jakarta; Kencana, 2005), hlm. 55

- a. Ketua Badan Kemakmuran Masjid Al-Mushabihin, Bapak H. Djamaludin HA
  - b. Sekertaris Masjid Al-Mushabihin, Bapak H. Yose Rizal A
  - c. Bendahara Masjid Al-Mushabihin, Bapak H. Yusfic Helmi
  - d. Kepala Toko, Bapak H. Yusaldi
2. Data Sekunder: adalah data pelengkap atau data-data yang memberikan keterangan atau informasi tambahan kepada peneliti sebagai bahan pelengkap penelitian penelitian berupa buku-buku, jurnal, dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto, dan lain sebagainya yang digunakan sebagai dasar teori dan membantu untuk menganalisa masalah yang mendukung data dalam penulisan penelitian.<sup>35</sup>

#### **D. Teknik Pengambilan Data**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi dan wawancara.

##### **1. Pengamatan atau Observasi**

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan terhadap suatu proses atau objek dengan maksud memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.<sup>36</sup> Teknik observasi adalah cara pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan gejala yang tampak pada objek penelitian yang

---

<sup>35</sup> *ibid*

<sup>36</sup> Tatang M. Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta; Rajawali Press, 1982), hlm 94

pelaksanaannya langsung pada tempat dimana suatu peristiwa, kejadian atau situasi yang sedang terjadi. Adapun yang diamati ada krgiatan observasi ini adalah:

- a. Bagaimana market melakukan kegiatan pelayanan terhadap costumer ?
- b. Bagaimana market pengelolaan terhadap barang/stok barang yang dijual ?
- c. Bagaimana market dalam melakukan pengawasan terhadap kinerja pegawainya ?
- d. Bagaimana market melakukan pengelolaan keuangan
- e. Bagaimana market melakukan kegiatan perawatan market dan kebersihan market.

## 2. Wawancara atau Interview

Teknik wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.<sup>37</sup> Adapun yang diwawan cara pada penelitian ini adalah:

- a. Ketua Badan Kemakmuran Masjid Al-Mushabihin, Bapak H. Djamaludin HA
- b. Sekertaris Masjid Al-Mushabihin, Bapak H. Yose Rizal A
- c. Bendahara Masjid Al-Mushabihin, Bapak H. Yusfic Helmi
- d. Kepala Toko, Bapak H. Yusaldi

## E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi dan wawancara untuk meningkatkan pemahaman penelitian tentang kasus yang diteliti dan menyajikan sebagai temuan bagi orang lain.<sup>38</sup> Setelah data di lapangan

---

<sup>37</sup>*Ibid*, hlm. 111

<sup>38</sup>Neong Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1996), hlm. 104

dikumpulkan, selanjutnya hal yang dilakukan penyederhanaan data dalam bentuk lebih praktis untuk dibaca dan dipahami, sehingga data tersebut dapat diambil pengertian dan kesimpulan sebagai hasil penulisan.

Ada beberapa cara untuk menganalisis data, tetapi secara garis besarnya dengan langkah-langkah sebagai berikut.

1. *Reduksi* data adalah menelaah kembali data yang telah dikumpulkan (baik melalui observasi, wawancara, dan studi dokumen) sehingga ditemukan data yang sesuai dengan kebutuhan untuk menemukan pertanyaan atau fokus penelitian.
2. *Display* data adalah pengelompokkan data yang tersaji sedemikian rupa dan tersusun secara sistematis, sehingga data terpola untuk melakukan penarikan kesimpulan.
3. *Menarik kesimpulan* merupakan upaya memaknakan data yang diperoleh sedangkan verifikasi adalah sebuah proses untuk meyakinkan hasil pengumpulan dan pengelolaan data melalui triangulasi.

#### **F. Teknik Keabsahan Data**

Keabsahan data merupakan derajat ketepatan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.<sup>39</sup> Uji validitas menggunakan Reduksi. *Reduksi* data adalah menelaah kembali data yang telah

---

<sup>39</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 14

dikumpulkan (baik melalui observasi, wawancara, dan studi dokumen) sehingga ditemukan data yang sesuai dengan kebutuhan untuk menemukan pertanyaan atau fokus penelitian.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> *Ibid*, hlm. 464



## **BAB IV**

### **TEMUAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

#### **A. Penerapan fungsi manajemen oleh BKM Al-Mushabihin dalam mengelola usaha (Market)**

Berdasarkan hasil temuan di lapangan dan hasil wawancara serta studi kepustakaan mengenai judul penelitian yang berjudul manajemen usaha (market) BKM al-mushabihin, penulis menilai pengurus toko dan BKM khususnya sudah dapat melakukan penerapan fungsi manajemen mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Selain itu penulis menilai pengurus toko dan BKM juga sudah dapat mengatasi hambatan-hambatan yang ada dalam menjalankan usaha (market). Berikut ini adalah hasil temuan-temuan yang ditemukan di lapangan:

##### **a. Perencanaan pada usaha (Market) oleh BKM AL – Musabihin**

Perencanaan merupakan fungsi terpenting dari fungsifungsi manajemen yang lainnya. Oleh karena itu, perencanaan sangatlah berkaitan dengan kegiatan pada masa yang akan datang. Perencanaan juga dapat diartikan sebagai pedoman yang harus dipakai untuk mengarahkan tujuan yang telah ditetapkan. Setiap kegiatan apapun tujuannya hanya dapat berjalan secara efektif dan efisien bilamana sebelumnya sudah direncanakan dan dipersiapkan terlebih dahulu dengan matang.

*Planning* meliputi pengaturan tujuan dan mencari cara bagaimana untuk mencapai tujuan tersebut. *Planning* telah dipertimbangkan sebagai fungsi utama manajemen dan meliputi segala sesuatu yang manajer kerjakan. Di dalam *planning*, manajer memperhatikan

masa depan, mengatakan “Ini adalah apa yang ingin kita capai dan bagaimana kita akan melakukannya”.

Membuat keputusan biasanya menjadi bagian dari perencanaan karena setiap pilihan dibuat berdasarkan proses penyelesaian setiap rencana. *Planning* penting karena banyak berperan dalam menggerakkan fungsi manajemen yang lain. Contohnya, setiap manajer harus membuat rencana pekerjaan yang efektif di dalam kepegawaian organisasi.

Dengan kata lain, perencanaan merupakan sebuah aktivitas penting untuk mempersiapkan berbagai tindakan yang akan dilakukan dalam usaha. Aktivitas ini biasanya berupa serangkaian kegiatan penyusunan sekaligus pengambilan keputusan-keputusan dalam menentukan tujuan dan target usaha, menentukan berbagai kebijakan strategis, membuat program kerja, pemanfaatan sumber daya, merancang metode dan prosedur serta menentukan jadwal waktu pelaksanaannya. Selain itu, dalam perencanaan juga ditetapkan standar kesuksesan dalam pencapaian target usaha.

Membuat perencanaan yang baik memang tidak mudah, meski demikian terdapat beberapa ukuran penting yang bisa dijadikan sebagai acuan yakni :

- a. Tujuan jelas
- b. Sederhana, tidak terlalu sulit dalam menjalankannya
- c. Memuat analisa pada pekerjaan yang akan dilakukan
- d. Fleksibel, bisa berubah mengikuti perkembangan yang terjadi
- e. Mempunyai keseimbangan, tanggung jawab dan tujuan yang selaras ditiap bagian
- f. Mempunyai kesan sesuatu yang dimiliki tersedia dan bisa dipergunakan dengan efektif serta berdaya guna

Ada banyak manfaat dari penyusunan rencana ini. Selain dapat mempermudah pelaksanaan tugas, hal ini juga dapat meminimalisir kesalahan yang mungkin bisa terjadi, memudahkan pengawasan, dan dapat dipergunakan sebagai acuan dalam menjalankan usaha.

Kedai Musabihin berdiri pada bulan april 2017 dan peresmianya dilaksanakan pada 19 Mei 2017. Dana yang digunakan untuk mendirikan dan mengoperasikan kedai musabihin ini bersumber dari infaq dan pinjaman warga muslim Tasbih. Bangunan kedai musabihin terdiri dari sebuah ruko dua lantai yang mana bagian atasnya adalah untuk tempat tinggal imam masjid dan bagian bawahnya untuk bangunan kedai musabihin. Kegiatan usaha ini merupakan pengembangan dari unit usaha penjualan gas elpiji dan air mineral yang sudah berlangsung sejak Oktober 2015.<sup>41</sup>

#### 1. Bagian-bagian Kedai dan perlengkapannya

Sudah sering terlihat bahwa toko memiliki bagian-bagian.dari hasil wawancara dengan Bapak H. Yusaldi menurut beliau sebagai berikut:

- a. Ruang toko, terdiri dari ruangan kosong yang tidak memiliki pembatas dinding. Yang menjadi pembatas hanyalah rak-rak untuk menyusun barang-barang yang dijual. Dan disini juga terdapat kasir untuk melakukan pembayaran.
- b. Gudang, terdiri dari satu ruangan yang digunakan untuk menyimpan barang-barang atau stock barang yang akan di jual.

---

<sup>41</sup> Wawancara dengan Bapak H. Djamaludin HA, Ketua BKM Al-Musabihin,1 Mei 2018 di Masjid Al-Musabihin

- c. Toilet, terdiri dari dua ruangan, dimana satu untuk laki-laki dan satu untuk perempuan.
- d. Musholla dan tempat wudhu yang masing-masing satu ruangan, yg digunakan sebagaimana fungsinya untuk wudhu dan untuk solat.
- e. Teras, digunakan juga untuk menyusun barang-barang seperti aqua gallon dan tabung gas.

Sarana lain yang terdapat di kedai musabihin adalah sebuah becak yang digunakan untuk mengantar barang apabila ada konsumen yang meminta untuk pesan antar.

## 2. Struktur Kepengurusan Kedai Musabihin

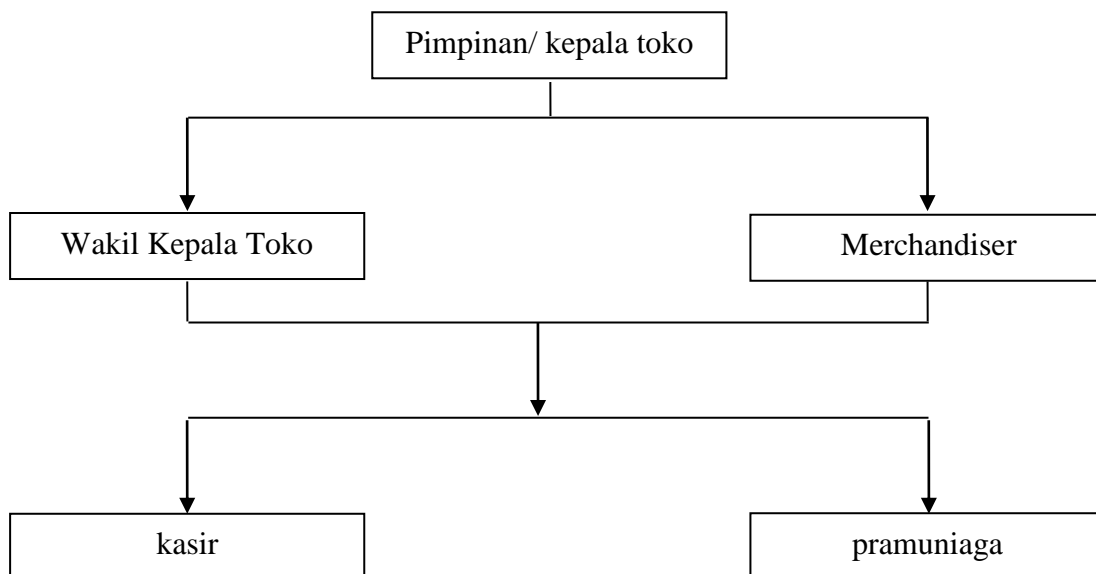
Sudah merupakan suatu keharusan bagi setiap usaha mempunyai struktur kepengurusan agar usaha tersebut dapat diatur dan berfungsi dengna sebaik-baiknya. Dengna demikian akan tercapai tujuan dari usaha (market) sebagai tempat usaha dan pusat jual-beli. Setiap orang yang terlibat dalam struktur kepengurusan perlu memahami tugas dan fungsinya dalam kepengurusan tersebut, baik sebagai pengurus inti maupun pengurus yang menangani bidang-bidang tertentu.

Selanjutnya perlu dikemukakan bahwa struktur kepengurusan usaha ini di pimpin oleh seorang pemimpin dan beranggotakan beberapa orang di setiap bidang-bidangnya. Karena para pengurus inilah yang bertanggungjawab terhadap kebutuhan market. Oleh karena itu setiap pengurus di tuntutan kemampuannya untuk menggerakkan dan memberdayagunakan semua potensi seumebrdaya manusia maupun sumberdaya ekonomi. Disinilah pentingnya kepemimpinan bagi setiap pengurus.

Selain itu, manajemen usaha juga memerlukan kehadiran konsumen. Dalam sebuah usaha harus ada konsumen atau sekelompok orang yang memiliki tujuan yang sama. Keaktifan pengurus kedai musabihin dalam menjalankan dan mengelola usaha terlihat dari kondisi sarana dan prasarana kedai serta aktifitas kedai itu sendiri. Selain kegiatan jual beli, di kedai ni juga sering dilaksanakan bazar-bazar atau event-event yang berhubungan dengan kegiatan jual-beli.

Berdasarkan hasil observasi dari lokasi penelitian kedai musabihin telah memiliki pengurus kedai. Para pengurus kedai ini telah dipilih oleh pengurus BKM yang bersifat periodesasi karena mayoritas masyarakat sekitar beragam muslim. Orang-orang yang duduk dalam kepengurusan ini adalah jamaah yang dianggap mampu mengelola kedai dan tokoh masyarakat yang tinggal di sekitar kedai dan masjid.

Kedai Musabihin memiliki struktur kepengurusan. Bagaimana sesungguhnya hubungan dari masing-masing pengurus, dapat dilihat dalam bagan berikut ini:



Untuk lebih jelasnya, berikut ini adalah nama-nama pengurus usaha (market), yaitu:

Pimpinan/kepala toko : Bapak H. Yusaldi

Wakil kepala toko : Bapak H. Ridwan Lubis

Merchandiser : Bapak H. Joko Prayitno

Kasir : Yulianita

Pramuniaga : Mayasari

### 3. Kondisi Masyarakat

Keberadaan kedai musabihin berada di tengah pemukiman warga masyarakat multi etnis. Dalam konteks usaha, bentuk usaha kedai musabihin ini dapat diterima oleh masyarakat. Karena, merupakan hak setiap orang untuk bekerja atau mendirikan usaha untuk mempertahankan hidupnya. Sejauh ini kedai musabihin yang ada di pemukiman rumah dan pertokoan sebagaimana yang berkembang saat ini adalah fungsi utamanya sebagai tempat bedagang.

Kehidupan sosial masyarakat kompleks perumahan ini umumnya bersifat individualis. Mereka jarang sekali, bahkan mungkin hampir tidak pernah bertemu atau sekedar menyapa tetangga lain walaupun jarak rumah mereka dekat. Mungkin ini disebabkan karena tuntutan pekerjaan mereka yang tidak memberikan waktu luang untuk sekedar bertemu tetangga mereka. Setiap pagi, mereka berangkat sebelum subuh dan pulang setelah matahari terbenam.

Mungkin mereka juga sudah terlalu lelah untuk berkunjung ke rumah tetangga lainnya. Bahkan anak-anak mereka juga tidak pernah bermain di luar rumah. Anak-anak mereka sibuk dengan tugas-tugas sekolah, berbagai macam les, dan gadget yang mereka

miliki. Mereka semua hampir menjadi masyarakat autis yang individualis karena tidak pernah bersosialisasi.

Ada satu kemungkinan juga yang bisa dijadikan alasan. Kesenjangan sosial diantara mereka. Masyarakat kompleks perumahan kebanyakan lebih suka bergaul dengan orang yang sederajat di kompleks mereka. Mereka memminoritaskan kaum yang lebih rendah di kompleknya karena mereka malu apabila bergaul dengan orang yang lebih rendah. Mereka yang lebih banyak mempunyai harta kekayaan akan menindas orang-orang yang mempunyai harta lebih sedikit.

Memang sulit untuk membuat mereka sadar akan pentingnya sosialisasi karena mereka terlalu sibuk dengan kesibukan masing-masing, kondisi masyarakat yang seperti ini tidak terlalu berdampak kepada kedai musabihin. Kondisi kedai umumnya ramai ketika ada kegiatan di masjid/daerah di sekitar kedai. Dan konsumen bertambah ketika awal bulan dimana banyak keluarga yang berbelanja kebutuhan sehari-hari.

b. Pengorganisasian pada usaha (Market) oleh BKM AL – Musabihin

Setelah proses perencanaan dilakukan, tindakan selanjutnya adalah pengorganisasian, yakni aktivitas pengelompokkan dan mengatur berbagai rencana kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, seperti sumber daya fisik, pelimpahan tugas sumberdaya manusia beserta menunjukkan hubungan kewenangannya dalam melaksanakan semua agenda kegiatan usaha.

Pengorganisasian dapat dirumuskan sebagai rangkaian aktifitas menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah bagi segenap kegiatan usaha dengan jalan membagi dan mengelompokkan pekerjaan yang harus dilaksanakan serta menetapkan dan menyusun

jalanan hubungan kerja diantara petugasnya. Jadi, setelah perencanaan tersusun para pengelola mengkoordinasikan pelaksanaan tugas urusan umum, personalia, keuangan, perlengkapan-perlengkapan dengan dibagi-baginya kegiatan-kegiatan dalam tugas yang lebih terperinci, serta diserahkan pelaksanaannya kepada beberapa orang agar mencegah timbulnya akumulasi pekerjaan hanya pada diri seorang pelaksana saja, dimana kalau hal ini sampai terjadi tentulah akan sangat memberatkan dan menyulitkan.

Di dalam kepengurusan Kedai Musabihin terdapat bebarpa bagian yang menangani tugas masing-masing, Adapun perincian tugas dari setiap bagian Kedai Musabihin adalah sebagai berikut: <sup>42</sup>

#### 1. Pimpinan atau Kepala Toko

Pimpinan atau kepala toko mempunyai tugas yaitu:

- a. Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional.
- b. Mengkoordinir semua aktivitas toko di dalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan yang diarahkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan toko.
- c. Mengkoordinir dan mengelola bawahan sesuai dengan budaya perusahaan.
- d. Berkoordinir atau berhubungan dengan area coordinator atau departemen lain sehubungan dengan adanya masalah atau program– program tertentu yang berkaitan dengan toko.

---

<sup>42</sup> Wawancara dengan Bapak H. Yose Rizal A, Sekertaris BKM Al-Musabihin, 2 Mei 2018 di Masjid Al-Musabihin



- e. Melakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas–tugas operasional sehari-hari.

## 2. Wakil Pimpinan atau Assisten Kepala Toko

Wakil pimpinan atau asisten kepada toko memiliki tugas yaitu:

- a. Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional.
- b. Mengkoordinir semua aktivitas toko di dalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan yang diarahkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan meningkatkan jumlah pelanggan di toko.
- c. Melakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas–tugas operasional sehari-hari.
- d. Melapor atau meminta persetujuan kepada Kepala Toko mengenai keputusan yang berhubungan dengan toko.

## 3. Merchandiser

Merchandiser bertugas yaitu :

- a. Mengkoordinir permintaan barang dagangan dari distribution center.
- b. Mengkoordinir pengeluaran atau retur barang dari toko ke distribution center.
- c. Mengkoordinir pendisplayan barang dagangan baik dirak-rak penjualan ataupun gudang.
- d. Mengkoordinir dan memastikan sarana promosi terpasang sesuai petunjuk.
- e. Menjaga dan merawat sarana promosi tersebut.
- f. Menggantikan kepala toko atau asisten kepala toko apabila sedang libur.

#### 4. Kasir

Adapun tugas kasir yaitu sebagai berikut:

- a. Memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- b. Mempersiapkan sarana kerja yang diperlukan.
- c. Melakukan pengawasan dan pencegahan barang hilang.
- d. Melakukan proses transaksi penjualan langsung.
- e. Pemanjangan barang (display).
- f. Persiapan retur barang.
- g. Informasi dan penawaran program promosi.
- h. Pencetakan barang.
- i. Stock Opname.

#### 5. Pramuniaga

Pramuniaga memiliki beberapa tugas yaitu:

- a. Memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- b. Melaksanakan kebersihan.
- c. Melakukan pengawasan dan pencegahan barang hilang.
- d. Menerima penitipan barang.
- e. Pemajangan barang (display).
- f. Persiapan retur barang.
- g. Informasi dan penawaran program promosi.
- h. Penyebaran Leaflet.
- i. Informasi barang kosong kepada merchandiser/ kepala toko/ asisten kepala toko.

Menyadari hal ini, maka Kedai Musabihin dalam menempatkan pengurusnya benar-benar selektif dengan mengacu pada standart kualitas di atas. Dalam proses pengorganisasian ini, pembentukan panitia merupakan hal yang lumrah dilakukan. Pengurus bidang selalu melaksanakan pertemuan untuk menyusun kepanitian. Setelah kegiatan terbentuk, maka selanjutnya merekalah yang akan membicarakan berbagai persiapan dan perencanaan terhadap kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan dan sebagainya. Sehingga dengan adanya panitia ini dapat dibagi tugas kerja masing-masing terhadap kegiatan yang akan dilaksanakan tersebut.

c. Pelaksanaan dan Pengarahan pada usaha (Market) oleh BKM AL – Musabihin

Pelaksanaan dan Pengarahan merupakan sebuah aktivitas untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja, dengan adanya fungsi pelaksanaan dan pengarahan, semua tenaga kerja dalam perusahaan diharapkan secara sukarela dapat melaksanakan tugas-tugas pekerjaan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Untuk mengetahui lebih jauh tentang Usaha (Market), penulis melakukan wawancara dengan pengurus Badan Kenaziran Bapak H. Djamaluddin, HA selaku ketua. Dalam kesempatan ini Bapak H. Djamaluddin, HA menyatakan apapun kegiatan yang akan dilaksanakan Badan Kenaziran nantinya terlebih dahulu harus dilakukan perencanaan, khususnya dalam Usaha (Market) tersebut.<sup>43</sup> Menurut beliau perencanaan program kegiatan tersebut dilakukan pengurus yang terdiri dari ketua, sekertaris, bendahara, dan beberapa orang anggota. Setelah dilakukanya proses perencanaan, dalam rangka pencapaian tujuan

---

<sup>43</sup> Wawancara dengan Bapak H. Djamaludin HA, Ketua BKM Al-Musabihin, 3 Mei 2018 di Masjid Al-Musabihin

para pengurus mengklasifikasikan kegiatan untuk mendistribusikan kepada para pelaksana ataupun pengurus. Tugas pengurus selanjutnya adalah mengarahkan semua unsur atau komponen yang terlibat didalamnya untuk segera melaksanakan dalam bentuk kerja nyata. Hal ini dilakukan agar apa yang terjadi tujuan dari BKM benar-benar dapat tercapai dengan baik dan lancar.

BKM harus mampu memperkuat dan mempererat hubungan manusia dengan Allah SWT. Hubungan antar manusia bukan hanya sekedar mengenal, tetapi juga untuk saling membantu dalam menciptakan kesejahteraan umat secara bersama. Tujuan yang ingin diraih Usaha (Market) adalah memaksimalkan semua potensi yang dimiliki, sehingga fungsinya dapat meningkatkan kesejahteraan dan membantu jamaahnya. Untuk menjadikan Usaha (Market) berfungsi, maka harus ada system pengelolaan Usaha (Market) yang professional dan adanya struktur kepengurusan pada Usaha (Market). Ditangan para pengurus inilah seluruh kebutuhan dan keperluan di dalam Usaha (Market) diserahkan dan mereka ini pulalah yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan Usaha(Market).

Penggerakan manajemen yang dilakukan oleh Usaha (Market) dilakukan oleh ketua BKM (Badan Kenaziran Masjid), dan menugaskannya kepada ketua BKM yakni Bapak H. Djamaluddin, HA dan menugaskannya lagi kepada H. Yusaldi . Diharapkan dengna adanya pergerakan dapat dilakukan oleh pemimpin baik dari segi jasmani maupun segi rohaninya serta kualitas kerja dan kualitas umat dapat terus ditingkatkan agar menjadi lebih baik lagi.

Pada saat penulis melakukan wawancara dengan Bapak H. Yusaldi selaku kepala toko. Beliau menyebutkan ada beberapa pengelolaan yang dilakukan pengurus kedai musabihin, yaitu: <sup>44</sup>

#### 1. Pengelolaan Bidang Perawatan dan Kebersihan Market

Perawatan dan pemeliharaan Market dilakukan pengurus yang berjumlah 1 orang, petugas kebersihan ini dilakukan secara teratur dilakukan setiap hari. Petugas kebersihan bertugas untuk membersihkan seluruh ruangan Market, teras, kamar mandi. Petugas kebersihan ini bertanggung jawab dalam hal pemeliharaan dan kebersihan seluruh bangunan Market. Menyapu dan mengepel merupakan tugas utama yang dibebankan kepada petugas kebersihan. Tidak hanya itu, petugas pemeliharaan ini juga merawat berbagai peralatan dan memperbaiki yang mengalami kerusakan. Bila ada kerusakan pada berbagai perlengkapan pendukung pelaksanaan Market seperti lampu, genset, dll, petugas harus memperbaiki dan menggantinya bila perlu dengan memberikan laporan kepada pengurus BKM.

#### 2. Pengelolaan Bidang Keuangan

Pengelolaan Bidang Keuangan dalam usaha minimarket dan swalayan meliputi, bagaimana cara pencatatan administrasi kas yang baik, laporan laba rugi, laporan neraca, laporan arus kas dan perencanaan kas/ cash planning yang baik.

---

<sup>44</sup> Wawancara dengan Bapak H. Yusaldi, Ketua Kepala Kedai Musabihin, 4 Mei 2018 di Kedai Musabihin

### 3. Pengelolaan Bidang Operasional

Pengelolaan Bidang Operasional meliputi kontrol keluar masuk barang, kontrol gudang, kontrol persediaan barang, cara display barang yang baik dan benar, kontrol pengawasan minimarket, kontrol pelayanan konsumen, promosi dan kontrol keamanan lingkungan minimarket dan swalayan.

### 4. Pengelolaan Bidang Pembelian

Pengelolaan Bidang Pembelian meliputi, cara estimasi order yang baik, cara penentuan margin barang dagangan yang tepat, negosiasi supplier, kontrol kualitas barang dagangan dan kontrol retur barang.

### 5. Pengelolaan Bidang Sumber Daya Manusia

Pengelolaan Bidang Sumber Daya Manusia meliputi, cara membuat struktur organisasi minimarket dan swalayan, cara membuat job deskripsi, cara rekrutment dan penempatan karyawan, evaluasi karyawan reward & punishment, training dan pelatihan, peraturan perusahaan dan cara pembuatan kontrak kerja karyawan.

Semua Pengelolaan dalam setiap bidang di Kedai Musabihin ini sangat penting untuk memberikan pelayanan kepada konsumen agar merasa nyaman saat berbelanja. Pengelolaan dalam bidang ini ditangani secara serius oleh pengurus BKM Al-Musabihin. Pengurus BKM menyerahkan sepenuhnya kepada petugas yang ditunjuk. Inilah beberapa program kerja yang dikelola serius oleh BKM Al-Musabihin. Program-program tersebut telah dilaksanakan dalam waktu yang telah ditentukan dalam perencanaan tersebut.

Setelah rencana ditetapkan, begitu pula setelah kegiatan-kegiatan dalam rangka pencapaian tujuan itu dibagi-bagikan kepada para penanggung jawabnya maka tindakan

berikutnya dari pemimpin adalah menggerakkan mereka untuk segera melaksanakan kegiatan-kegiatan itu sehingga apa yang menjadi tujuan benar-benar tercapai. Diharapkan, setelah diberinya tanggung jawab ini seluruh program kerja yang di telah dirancang dan yang akan dirancang dapat terlaksana dengan baik. Walaupun tidak dapat dihindari jika kelak akan ditemukan hambatan-hambatan.

d. Pengawasan pada usaha (Market) oleh BKM AL – Musabihin

Pengawasan dalam usaha adalah segenap tindakan megevaluasi berbagai proses pelaksanaan yang dilakukan oleh semua sumberdaya perusahaan, apakah berjalan sesuai dengan rencana atau tidak. Apabila terjadi penyimpangan maka perlu adanya langkah klarifikasi serta koreksi dan juga memberi alternatif solusi atas masalah yang terjadi dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.

Pengawasan merupakan penilaian dan koreksi atas pelaksanaan kerja yang dilakukan oleh bawahan dengan maksud mendapatkan keyakinan atau menjamin bahwa tujuan-tujuan organisasi dan rencana yang digunakan dapat terlaksana dengan baik. Sedangkan fungsi manajerial pengawasan adalah mengukur dan mengoreksi prestasi kerja bawahan guna memastikan bahwa tujuan organisasi disemua tingkat dan rencana yang didesain dengan tujuannya. Pelaksanaan kegiatan dievaluasi dan penyimpangan-penyimpangan yang tidak diinginkan harus cepat diperbaiki supaya tujuan dapat tercapai dengan baik.

Mengenai pelaksanaan evaluasi dalam tiap bidang, pengurus sudah menyusun system penilaian dan pertanggung jawaban kerja dan tidak jauh berbeda dengan bidang lainnya. Ketua harus terus menerus mengadakan control dan pengawasan terhadap kinerja

anggota, baik dalam suatu kepanitian maupun dalam menjalankan tugas harian, bulanan dan tahunan. Secara teknis, pelaksanaan evaluasi yang dilakukan setelah usai kegiatan dilaksanakan dalam sebuah rapat khusus bidang. Dalam rapat inilah seluruh pengurus yang terlibat dimintai laporan tentang apa saja kendala yang harus diperbaiki bahkan saran yang diperlukan untuk kegiatan serupa agar lebih baik lagi pada masa mendatang.

Selain dalam bentuk rapat bulanan, kegiatan evaluasi terhadap kinerja setiap bidang juga dilakukan pada tiap akhir periode. Bentuk yang terakhir ini biasanya dilakukan secara bersama-sama. Pelaksanaan kegiatan evaluasi ini langsung menjadi tanggung jawab ketua Badan Kenaziran Masjid Al-Musabihin.

Kegiatan pengawasan yang dilakukan di Kedai Musabihin dilakukan oleh pimpinan atau kepala toko yang dilakukan oleh Bapak H. Djamaluddin, HA yang kemudian akan disampaikan kepada ketua BKM.<sup>45</sup> Dengan cara melakukan peninjauan langsung ke Kedai Musabihin. Peninjauan tersebut dilakukan secara spontan sehingga tidak diketahui waktu yang pasti. Peninjauan yang dilakukan tergantung pada keinginan kepala toko.

Dengan cara demikian maka pelaksanaan kegiatan dapat dilakukan dua pengawasan sekaligus yaitu pengawasan positif yang berarti pelaksanaan mencoba untuk mengetahui apakah tujuan organisasi dapat dicapai dengan efektif dan efisien. Sedangkan pengawasan negative pelaksana mencoba untuk menjamin bahwa kegiatan yang tidak diinginkan tidak terjadi kembali oleh karena itu dapat dapat menghendaki adanya keterbukaan dalam memperoleh informasi dan sekaligus mendapatkan masukan dari perbaikan kegiatan yang

---

<sup>45</sup> Wawancara dengan Bapak H. Djamaludin HA, Ketua BKM Al-Musabihin, 4 Mei 2018 di Masjid Al-Musabihin



sedang berlangsung. pengawasan ini sangat menguntungkan dan menyempurnakan dalam pelaksanaan kegiatan. Jika dalam pengamatan ternyata beliau menemukan kesalahan dan kekeliruan, maka diakhir pelaksanaan dilakukan evaluasi sebagai perbaikan kinerja program selanjutnya.

Menurut penulis, Kedai Musabihin dalam melakukan koreksi cukup baik, hal ini dilihat jika terjadi penyimpangan maka pemimpin langsung memanggil pengurus dan menegurnya untuk segera melakukan perbaikan, jangan sampai penyimpangan yang terjadi di dalam kepengurusan masjid menjadi berlarut-larut.

## **B. Hambatan dan Cara Mengatasinya**

Keberhasilan kinerja sebuah organisasi seperti halnya BKM Al-Musabihin dapat dinilai dari keberhasilan pengurus merealisasikan berbagai program kerja yang telah direncanakan, salah satunya di dalam Usaha (Market) Kedai Musabihin. Namun, disisi lain keberhasilan organisasi dapat dilakukan dari kemampuan para pengurus mengelola konflik atau mengatasi berbagai kendala yang bermunculan serta mampu melakukan upaya-upaya untuk untuk menanggulangi kendala yang bermunculan tersebut.

Hambatan atau kendala dalam proses kinerja BKM yang sering kali timbul merupakan sebuah hal yang wajar, hanya saja tidak dapat diabaikan begitu saja oleh pihak pengurus, melainkan harus diberikan solusi terbaik untuk penanggulangan hambatan yang dihadapi. Pengurus dalam menjalankan fungsinya juga tidak terlepas dari berbagai hambatan yang di hadapi, baik itu hambatan yang sifatnya internal dan hambatan yang sifatnya eksternal. Oleh karena itu, untuk mengetahui dengan benar apa yang menjadi

hambatan yang selama ini dihadapi oleh para pengurus di tengah kepengurusannya. Ada beberapa hambatan bermunculan selama ini dan dihadapi oleh pengurus.

#### 1. Hambatan internal

Adapun yang dimaksud dengan hambatan internal adalah kendala yang bersumber dari pengurus kenaziran masjid, antara lain: <sup>46</sup>

- a. Masih kurangnya kekompakan antar pengurus. Hal ini dikarenakan ketersediaan waktu yang dimiliki para pengurus sangat terbatas untuk mengelola manajemen organisasi, karena kesibukan dan rutinitas sehari-hari.
- b. Munculnya kesan bahwa mengurus dan mengelola Usaha (Market) Kedai Musabihin ini hanya sebagai kerja sampingan dan tidak mendapatkan apa-apa sehingga organisasi dari Usaha (Market) Kedai Musabihin tidak di prioritaskan.
- c. Masih ada pengurus yang tidak cukup aktif dalam mengatur dan mengelola usaha yang ada, sehingga sering kali kepala toko yang harus mengatur dan mengerjakan semua hal.

#### 2. Hambatan Eksternal

Adapun yang dimaksud dengan hambatan eksternal adalah kendala yang bersumber dari luar. Yaitu:

- a. Ketatnya persaingan antar usaha yang ada. Mulai dari usaha yang milik waralaba yang sudah berdiri sebelumnya. Kemudian ada juga persaingan dengan usaha yang

---

<sup>46</sup> Wawancara dengan Bapak H. Djamaludin HA, Ketua BKM Al-Musabihin, 5 Mei 2018 di Masjid Al-Musabihin

msih tradisional seperti kedai atau pun grosir-grosir yang menyediakan barang-barang kebutuhan pokok sehari-hari.

- b. Ketersediaan barang yang terbatas. Hal ini karena pihak distributor yang membatasi pasokannya, dan juga memang ketersediaan barang di pusat yang memang terbatas.

Situasi dan kondisi yang demikian menjadi hambatan-hambatan tersebut ada yang sifatnya internal dan eksternal. Bila kedua hambatan tersebut tidak segera dicarikan solusi dan upaya-upaya untuk menanggulangi semua hambatan tersebut, maka akan terjadilah ketidak seimbangan dalam kinerja pengurus. Oleh karena itu, ada beberapa upaya yang selama ini dilakukan oleh pihak pengurus dalam rangka mengatasi berbagai hambatan yang muncul ditengah pelaksanaan program kerja tersebut, yaitu:

- a. Untuk mengatasi lemahnya kemampuan manajemen dalam pengelolaan program kerja, maka pengurus selama ini telah berupaya untuk memperbanyak frekuensi pertemuan dan rapat non formal guna membicarakan berbagai kesulitan yang dihadapi khususnya dalam aspek manajerial organisasi
- b. Untuk mengatasi kurangaktifan pegnurus dalam mengelola organisasi disebabkan oleh kesibukannya dalam pekerjaan, maka selama ini telah dilakukan upaya dengan membagi tugas masing-masing dari pengurus tersebut yang disesuaikan dengan ketersediaan waktu yang dimiliki para pengurus.
- c. Untuk mengatasi ketatnya persaingan, pengurus berupaya untuk melakukan inovasi pada produk-produk yang dijual, kemudian mengubah harga jual menjadi nilai ideal, terakhir melakukan pemasaran yang unik untuk meningkatkan minat konsumen.

- d. Untuk mengatasi ketersediaan barang yang terbatas, pengurus mencoba melakukan pertemuan dengan pihak distributor dan membicarakan serta mengupayakan akan pihak distributor dapat meningkatkan jumlah barang yang dipasok ke toko.

### **C. Peran Usaha Dalam Memakmurkan Masjid**

Seperti yang telah disampaikan diatas, kedai musabihin ini baru berjalan satu tahun. Dan untuk keuntungannya, masih belum bisa dikatakan besar. Dari keuntungan yang di dapat dari hasil penjualan, uang tersebut sudah dapat membantu keuangan masjid. digunakan untuk biaya operasional, biaya pengembangan ilmu pengetahuan, biaya santunan social, dan biaya untuk memperingati hari-hari besar islam.

Berikut alokasi dana dari keuntungan kedai yang digabungkan dengan uang kas masjid:<sup>47</sup>

1. Biaya operasional masjid meliputi pembangunan infrastruktur, perlengkapan sarana dan prasarana yang penting dan mendesak, pembayaran tagihan listrik, tagihan air, biaya kebersihan, dan biaya pemeliharaan masjid. Biaya ini dapat dialokasikan seperlu dan secukupnya tergantung tingkat kepentingannya.
2. Biaya Pengembangan ilmu keislaman, seperti pengadaan pengajian yang mengakomodir seluruh lapisan umur : anak-anak, remaja, bapak-bapak, ibu-ibu, maupun lansia. Dana kas masjid dapat dialokasikan untuk pengadaan bahan materi ajar pengajian, dokumentasi audio atau video yang dapat diakses khalayak umum, pengadaan konsumsi bagi jama'ah, dan tentu upah bagi pengajar (ustad/ustadzah).

---

<sup>47</sup> Wawancara dengan Bapak H. Yusfic Helmi, Bendahara BKM Al-Musabihin, 7 Mei 2018 di Masjid Al-Musabihin

Dengan demikian, kapasitas keilmuan jama'ah dapat meningkat. Selain itu, karena pentingnya ilmu di atas amal, sebaiknya alokasi dana untuk kegiatan ini sangat diutamakan. Bahkan, di Arab Saudi, ustadz/ustadzah merupakan profesi yang sangat dihargai, tanpa perlu mencari pekerjaan sampingan yang lain, karena mungkin masjid/pemerintah setempat menggaji mereka dengan nilai yang cukup. Sedangkan di Indonesia, agaknya belum mencapai level itu.

3. Biaya santunan sosial, seperti sedekah beras rutin kepada fakir dan miskin, bantuan biaya pendidikan bagi anak-anak fakir dan miskin, atau yatim-piatu, bantuan modal usaha, bantuan kesehatan jama'ah yang tidak mampu. Mungkin masjid dapat difungsikan sebagai sumber keuangan yang tidak mengikat bagi jama'ah. Sedekah beras tak hanya saat menjelang idul fitri, namun dapat dirutinkan tiap pekan demi membantu jama'ah yang fakir dan miskin sehingga masyarakat muslim tidak perlu berebut meminta santunan dari pemerintah maupun orang-orang yang berkepentingan terselubung. Anak-anak yang tidak memiliki biaya yang cukup untuk sekolah, dapat diberi beasiswa dari masjid supaya tidak putus sekolah, setidaknya sampai pendidikan Sarjana, demi meningkatkan kualitas umat islam. Anak-anak tersebut juga dapat diberi beasiswa agar masuk pesantren, demi mendapatkan kapasitas ilmu keislaman yang mumpuni, yang nantinya dapat mengabdikan di masyarakat. Orang-orang fakir dan miskin tidak perlu meminjam uang di bank untuk modal usaha, namun difasilitasi oleh masjid, dan uang dapat dikembalikan sewaktu-waktu dengan mudah tanpa bunga. Masyarakat yang perlu

biaya pengobatan atau sedang berkabung, dapat juga dibantu melalui dana kas masjid.

4. Biaya perayaan peringatan hari-hari besar islam seperti idul fitri (via halal bi halal/syawalan), maulid Nabi saw, nuzulul qur'an, dll., secara sederhana, tidak perlu dengan acara-acara pesta-pesta yang menghamburkan uang untuk konsumsi namun kehilangan nilai peringatannya.

Harapan BKM kedepannya, usaha yang sudah dirintis dapat berjalan terus dan berkembang pesat, agar dapat terus membantu keuangan masjid dan adapat membantu memakmurkan jamaah yang ada disekitar masjid.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian pada bab IV, maka dapat disimpulkan bahwa Manajemen Usaha (Market) Perumahan Taman Setia Budi Indah dalam Peningkatkan Kemakmuran Masjid, telah dilaksanakan sesuai fungsi manajemen yaitu: perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

1. Perencanaan Usaha (Market) BKM Al-Musabihin selama ini telah mampu melaksanakan kegiatan jual beli yang telah direncanakan sebelumnya. Adapun kegiatan-kegiatan yang direncanakan adalah pemilihan tempat, pemilihan produk yang akan di jual, dan pemasaran. Untuk mencapai semua itu maka dibutuhkan tujuan perencanaan, penentuan kegiatan, dan anggaran kegiatan.
2. Dalam kegiatan pengorganisasian para pengurus membagikan tugas-tugas yang akan diemban oleh para pengurus berdasarkan tugas dan tanggung jawabnya. Selanjutnya memberikan tanggung jawab penuh kepada pengurus yang telah diberi tugas apa yang harus dikoordinir.
3. Pelaksanaan kegiatan dalam menjalankan kegiatan telah direncanakan para pengurus juga harus dijalankan sesuai jadwal yang telah ditetapkan sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik. Pelaksanaan ini juga membuat para pengurus saling bekerja sama antara anggota dan jamaah dalam melaksanakan kegiatan yang telah di tentukan.

4. Pengawasan yang dilakukan dalam menjalankan kegiatan yang telah direncanakan maka diangkat kepala toko. Sehingga kepala toko memiliki wewenang untuk mengawasi pergerakan pengurus yang lain melalui kegiatan sehari-hari. Kegiatan pengawasan dilakukan di toko dilakukan oleh kepala toko dengan melakukan peninjauan langsung ke toko dan kemudian kepala toko memberikan laporan kepada ketua BKM.
5. Kendala yang dihadapi oleh pengurus toko baik itu bersifat internal yang mana masalah itu datang dari para pengurus BKM, yang mana masih hanya sebagian pengurus yang berjalan aktif, sedangkan pengurus BKM masih memiliki kesibukan diluar. Sedangkan dari eksternal, yang mana terjadinya persaingan usaha terjadi karena jumlah usaha yang sejenis terdapat juga di daerah sekitar kedai musabihin. Tetapi walaupun demikian para pengurus dalam menangani masalah ini dengan tenang dan memberikan solusi yang cukup baik untuk keberlangsungan toko kedepannya.
6. Untuk keuntungan yang di dapat, keuntungan tersebut dibagi dua, yaitu untuk diberikan kepada masjid dan untuk biaya operasional toko itu sendiri. Untuk masjid, keuntungan dari toko digunakan untuk membeli kebutuhan Masjid, dan juga untuk diberikan kepada pengisi ceramah di masjid. Sedangkan untuk toko, keuntungan digunakan untuk gaji karyawan, membayar air dan listrik.



## B. Saran

adapun saran-saran yang dapat penulis berikan adalah:

1. Diharapkan kepada pengurus agar selalu berusaha terus berusaha sekuat tenaga agar lebih baik lagi dalam menjalankan usaha (market) dan mencari solusi terhadap masalah-masalah yang dihadapi, sehingga tujuan dapat tercapainya sebagaimana mestinya dapat diwujudkan.
2. Selalu melakukan inovas-inovasi dalam berdagang untuk meningkatkan minat belanja konsumen. Selain itu selalu memberikan pelayanan yang terbaik.
3. Program kerja yang telah ada merupakan program umum yang dilaksanakan di tempat-tempat usaha yang berbasis toko, maka daripada itu usaha (market) perlu mengadakan inovasi yang dapat menunjukkan keunggulan market tersebut dibandingkan dengan market-market yang lainnya.
4. Sukses sebuah toko swalayan dipengaruhi oleh dua hal, yakni *controllable* (bisa dikontrol) dan *uncontrollable* (tidak bisa dikontrol). Hal yang akan dibicarakan di sini hanyalah yang pertama, di mana kita bisa mengelola dan bisa dipengaruhi. Lebih dari itu, jika kita akan membuat sebuah toko baru perlu dilakukan studi kelayakan terlebih dahulu sehingga ketika toko dibuka kita sudah bisa memastikan bahwa ada pembeli yang datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yani, 2009, *Panduan Memakmurkan Masjid*, Jakarta: Al Qalam
- Anoraga Pandji, 2004, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arlina, 2004, *Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*, Medan:FE-USU
- Assauri Sofyan, 2010, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Bungin, M., Burhan, 2007, *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, Edisi Kedua, Surabaya: Kencana
- Daryanto S.S, 1998, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Apollo
- Departemen agama, 2007, RI, *Al-qur'an dan Terjemahan*, Bandung: CV. Diponegoro
- Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, 2008, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Kencana
- Isnaini dengan judul *Sistem Manajemen Penitipan Sandal dan Sepatu Badan Kenaziran Masjid Raya Al-Mashun dan Masjid Agung Medan*, *Skripsi Sarjana Sosial*, Medan: Perpustakaan Dakwah dan Komunikasi UIN-SU
- Jusmaliani, 2008, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta : PT. Bumi Aksara
- M. Munir dan Wahyu Ilahi, 2006, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana
- M.Manulang, 2005, *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta: Gajah Mada
- Moh. E. Ayub, 2008 *Manajemen Masjid Petunjuk Praktis Bagi Para Pengurus*, Jakarta: Gema Insani Press..
- Muhammad E. Ayyub, 1997, *Manajemen Masjid*, Jakarta : Gema Insani Press

- Mulyadi Nitisusastro, 2017, *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*, Bandung: Alfabeta
- Neong Muhadjir, 1996, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rake Sarasin
- Philip Kotler, 2003, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium 2, Jakarta: Prehelindo
- Simamora Henry, 2008, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jakarta: PT. Asdi Mahasatya
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta
- Suherman Enam, 2012, *Manajemen Masjid*, Bandung: Alfabeta
- Susanta, Gatut, 2008, *Cara Cerdas Memakmurkan Masjid*, Jakarta: Penerbit Plus
- Suyanto Bagong, Sutinah, 2005, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*, Jakarta: Kencana
- Swasstha, 2002, *Manajemen Pemasaran Modren*, Yogyaakarta: Liberty
- Syahrial Yusuf, 2010, *Entrepreneurship*, Jakarta: Lentera Ilmu
- T. Hani Handoko, 2009, *Management*, Edisi Kedua, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Tatang M. Arifin, 1982, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta; Rajawali Press
- Asep ST. Sujana, *Manajemen Minimarket*, (Bogor: Raih Asa Sukses, 2012)

### Daftar Wawancara

1. Bagaimana perencanaan Manajemen Usaha dalam peningkatan kemakmuran Masjid Al-Musabihin ?
2. Bagaimana pengorganisasian Manajemen Usaha dalam peningkatan kemakmuran Masjid Al-Musabihin ?
3. Bagaimana pelaksanaan Manajemen Usaha dalam peningkatan kemakmuran Masjid Al-Musabihin ?
4. Bagaimana pengawasan Manajemen Usaha dalam peningkatan kemakmuran Masjid Al-Musabihin ?
5. Apa saja Hambatan yang dihadapi Masjid Al-Musabihin dalam memajukan usaha dan bagaimana cara mengatasinya ?
6. Apa peran usaha dalam memakmurkan masjid ?